جـامـعـة الــشــرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك إنموذجاً

The Social Values in Talk Show Programs from the Point of View of Jordanian University's Students : Yesed Sabahak Program as a Model

إعداد

الطالب : علي عبد المعطي محمود الحلاحله

الرقم الجامعي: 400920112

إشراف الأستاذ الدكتور : حلمي ساري

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام / قسم الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2012/2011

تفويض

أنا علي عبد المعطي محمود الحلاحله، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: علي عبد المعطي محمود الحلاحله

التاريخ: ٥/١/٢٠١٣

التوقيع: ....

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "**القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية:برنامج يسعد صباحك إنموذجا**".

وأجيزت بتاريخ 5/1 / 2013.

أعضاء لجنة المناقشة:		التوقيع
1- الأستاذ الدكتور حلمي ساري	مشرفاً ورئيساً:	....
2- الدكتور رائد البياتي	عضـــواً :	....
3- الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة	عضواً خارجياً:	....

الشكر والتقدير

بعد الحمد لله رب العالمين الذي أكرمني لإتمام هذه الرسالة أتقدم بالشكر والعرفان لأستاذي الفاضل الاستاذ الدكتور حلمي ساري الذي أكرمني بالإشراف على رسالتي، ومد لي يد العون وكان نعم المعين .....، والشكر الموصول إلى أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، وعلى رأسهم الأستاذة الدكتورة الفاضلة حميدة سميسم، وإلى كل من علمني حرفاً منذ الصغر وأغدقوه علي من فيض علمهم وخبرتهم.

الإهـــــــــــــداء

والدي العزيز وقرة عيني:

تعثر القلم , وتأججت المشاعر, وطافت بي الكلمات, وأنا أريد خطابك.

أحجم قلمي عن الكتابة , ومشاعري عن التدفق والسيلان , فأقسمت على قلمي أن يمتطي صهوة جواده، وعلى مشاعري أن تتدفق سيالة.

أبي الفاضل: كم لك علي من الجمائل والأفضال , وكم كسوتني من كريم السجايا والخصال, غمرتني بحنانك وعطفك , وشملتني بحبك وكرمك.

اهديك عملي هذا . . . .

الى من وقفت الكلمات أمامها ضائعة متناثرة ومبعثرة، الى الحنونة دائما ، الى شمسي وقمري، الى اغلى كواكب الدنيا ، الى منارة الحب في كل ايام السنة ، الى بهجة الفصول الاربعة . . . . الى نوارة الدنيا بكل متاهاتها الممقتة . . . اليك ايتها الحبيبة دائما وابدا . . . . اليك والدتي الغالية . . يا بوصلة التيهان في عوالم الغربة . . . .

يحتار حرفي . .ولايدري كيف يسطر لك كلمات الشكر التي تفي بحقك . .وتعبر عن مدى امتناني لوقوفك معي وبجانبي . . فعلاً عجزت حروفي يا أمي . .

اهديك عملي هذا . . . .

إلى من ساندوني وأوصلوني إلى طريق لطالما حلمت بالوصول إليه، إلى من أستمد منهم القوة والصبر، إلى من أتنفس بأنفاسهم، أدامهم الله لي . . أخوتي و أخواتي

أهديكم عملي هذا . . . .

إلى من لعبت معي أدواراً كثيرة، فكانت الأم والأخت والصديقة والمعين والسند . . . عمتي ساره

أهديك عملي هذا . . . .

إليك يا من تبعث في نفسي الفرح، وتبث في روحي أملاً جديداً، وإليك غاليتي صاحبة القلب الطيب، والضحكة الرائعة . . خالي أبو فراس وخالتي أم فراس

أهديكما عملي هذا . . . .

إلى من رافقني في رحلتي العلمية والبحثية، وكان نعم الرفيق والصديق . . فراس المناصير

أهديك عملي هذا . . . .

إلى كل الأصدقاء والزملاء وكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل . .

أهديكم عملي هذا . . . .

فهرس الجداول

	على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى للدخل الشهري	
9	اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات في مستوى الدخل الشهري لدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية	86-85
10	اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى لمكان الاقامة	87
11	اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات في مكان الاقامة لدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية	88
12	اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى لعدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني	90-89
13	اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية للتعرف على الفروقات في عدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني لدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية	91-90

القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك إنموذجاً

اعداد الطالب:

علي الحلاحلة

اشراف

الاستاذ الدكتور حلمي ساري

الملخص

تعد القيم الاجتماعية ذات أهمية للفرد والمجتمع، وفي الفترة الأخيرة حدث تغيير في القيم الاجتماعية لدى الأفراد خاصة الشباب الذي ما زالوا في مرحلة تشكل القيم الاجتماعية، وتعتبر وسائل الإعلام أحد المصادر التي يستقي منها الشباب قيمهم وفي ضوء ذلك تكشف هذه الدراسة عن القيم الاجتماعية التي تعكسها البرامج الحوارية وتأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب.

أما مشكلة الدراسة فقد كانت هي علاقة القيم الاجتماعية التي يتبناها الشباب بالقيم التي تبثها البرامج الحوارية. وجاءت أهمية الدراسة من خلال الوقوف على تأثير البرامج الحوارية على القيم الاجتماعية لدى الشباب. وهدفت الدراسة هذه الدراسة إلى التعرف على القيم الاجتماعية في البرنامج الحواري "يسعد صباحك" وعلاقتها بالقيم لدى الشباب الجامعي.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي: وقد استخدم هذا المنهج لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو القيم الاجتماعية في برنامج يسعد صباحك الذي يعرض على شاشة التلفزيون الأردني.

وذلك اعتمدت هذه الدراسة على منهج البحث الميداني: وتم استخدامه لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، والذي تحاول من خلاله الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستخلاص نتائجها من

خلال الاعتماد على الاستبانة، حيث تم توزيع (350) استبانه تم تطويرها لأغراض الدراسة وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها. وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ الفا .

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج كانت جميعها متعلقة بالقيم الاجتماعية التي تعرض في فقرات برنامج يسعد صباحك ومدى تأثيرها على الطلبة الجامعيين

Student :Ali Abd Almuty Al halahla

Dr: Helme Sary

Abstract

The social values of importance to the individual and society and, more recently there is a change in social values among individuals especially the youth who are still in the stage are the social values, and media are one of the sources draws including youth values in the light of that reveal this study for social values reflected by talk shows and their impact on social values among young people.

First: the problem of the study:

Relationship social values espoused by the young people in the values that broadcast talk shows?

Second: the importance of the study:

Stand on the influence of talk shows on social values among young people.

Third: The objectives of the study:

This study aims to identify the social values in the talk show

" Yesed Sabahak " and its relationship with university values in young people.

The study was descriptive analytical method: This method has been used to review the most relevant literature trends Jordanian university students about social values in the program Yesed Sabahak which displays on Jordanian television.

And then adopted in this study approach field research: has been used to cover the practical side of this study, which is trying through answer the study questions, and drawing its findings by relying on the questionnaire, were distributed (350) questionnaire was developed for the purposes of the study according to the steps of scientific accepted them. The stability has been verified tool study using Cronbach's alpha coefficient.

The study results were all related to social values which are displayed in paragraphs Yesed Sabahak program and its impact on university students

الفصل الأول

مقدمةعامة للدراسة

ليس من السهل الحديث عن القيم، ذلك لأنه موضوع متشعب المصادر و متداخل الأبعاد، حتى أن لفظة القيمة في حد ذاتها، استُعملت بشكل واسع في تراث العلوم الاجتماعية والإنسانية، لدرجة أن الدارس لتعريفها، يجد نفسه أمام كم هائل و متنوع من التعاريف، يصعب عليه من خلالها معرفة عن أي شيء يتحدث ؟

ويعد موضوع القيم من المواضيع التي أثارت اهتمام الباحثين من مختلف التخصصات، المعرفية وهذا لدورها في عملية البناء و التغيير الاجتماعي، و عليه تعتبر القيم مرآة عاكسة لشخصية المجتمعات نظراً لمرونتها و نسبيتها و اختلافها من مجتمع إلى آخر، و كثيراً ما يرتبط مفهوم القيم بوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث أثارت العلاقة بين هذين المتغيرين الكثير من الاشكاليات، فأصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت و تغيير و خلق القيم داخل المجتمعات، فقد توصلت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن هناك آثاراً كبيرة لوسائل الإعلام بشكل عام وللبث التلفزيوني المباشر بشكل خاص الذي أصبح يشارك في التنشئة الاجتماعية للشباب والأطفال جنباً إلى جنب مع الأسرة والمدرسة والمسجد وتكاد تجزم بعض الدراسات بأن البث الفضائي المباشر قد أخذ طريقه ليشغل أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية. (الغلاييني، ص39)

وشهد المجتمع الأردني خلال الفترة الأخيرة عدة تحولات جذرية في كافة المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، مما انعكس بطبيعة الحال على منظومة "القيم الاجتماعية" لدى أفراد المجتمع، فتراجعت العديد من القيم الاجتماعية، في مقابل ظهور قيم اجتماعية أخرى جديدة، مما انعكس بطبيعة الحال على منظومة "القيم الاجتماعية" لدى أفراد المجتمع وخاصة الشباب الذين يمثلون قطاعاً عريضاً داخل المجتمع الأردني، وهؤلاء الشباب هم قادة المستقبل في مختلف المجالات فلابد من الاهتمام بتنشئتهم ورعايتهم حتى يستطيعوا تحمل بناء

هذا الوطن في المستقبل ورفعته والعمل على تنميته وتقدمه في كافة المجالات الاجتماعية،السياسية، الاقتصادية، والعلمية.

وتعتبر مرحلة الشباب فترة تكوين الشخصية والثقافة والميل إلى الاستقلالية عن الأسرة، وفي الوقت نفسه تتشكل لديهم القيم الاجتماعية والتي يستقيها الشباب من العديد من المصادر والتي تتمثل في الأسرة، الأصدقاء، الجامعة، وسائل الإعلام.

ويتعرض الشباب لوسائل الإعلام بشكل متزايد ومستمر خاصة مع التطور الذي يحدث في البنى التكنولوجية لهذه الوسائل، مما يزيد من تأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب، وهذا من خلال قيامها بالتنشئة الاجتماعية للفرد بتناولها لمختلف المضامين الإعلامية طبقاً لخصائص كل وسيلة إعلامية، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في سلوك الأفراد داخل المجتمع وتقوم بدور أساسي في تكوين الشخصية والتطبيع الاجتماعي.(أحمد و الشافعي ،2001، ص264)

ويتميز التليفزيون بأنه أكثر قرباً وقدرة على جذب الجمهور من الوسائل الإعلامية الأخرى لاعتماده على الصورة والحركة والفورية في نقل الأحداث مما يحقق مزيداً من الألفة والقرب للجمهور، وكذلك يدعم من مصداقية الرسالة الإعلامية المقدمة، فيعد التليفزيون مصدراً للأخبار والمعلومات لقطاع عريض من الجمهور وخاصة الشباب الذين يعتمدون على الثقافة السمعبصرية بدرجة أكبر من المقروءة أو المسموعة وخصوصاً مع ظهور القنوات الفضائية التي تبث مختلف المضامين الإعلامية سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدينية أو الرياضية أو الفنية، ولقد تواكب وجود هذه القنوات الفضائية على الساحة الإعلامية مع ظهور قالب برامجي جديد وهو "البرامج الحوارية" التي تتمتع بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجمهور وخاصة الشباب، فتشير كثير من الدراسات إلى أن البرامج الحوارية في مقدمة المصادر التي يحصل الشباب من خلالها على معلومات عن مشكلات المجتمع العربي.

ويقبل الشباب على مشاهدة البرامج الحوارية باعتبارها نافذة عامة فتتناول مختلف القضايا والأحداث مدعمة بالتحليل والتفسير وعرض مختلف وجهات النظر، مما يجعل المشاهد يتعرف على جميع أبعاد الموضوع، فتعتبر هذه البرامج الملاذ الأكبر للشباب كبديل للتفاعل مع الأسرة والأصدقاء والأساتذة في الجامعة، ومن ناحية أخرى، فإن هذه البرامج تعتمد على تناول مختلف الموضوعات وتقدمها في قالب شيق وجذاب، وذلك من خلال تدعيم المضامين الإعلامية بالتقارير المصورة والمعالجة السريعة للأحداث، وتتناول البرامج الحوارية مختلف المواضيع الإعلامية التي تتضمن العديد من القيم الاجتماعية، وفي ضوء ما سبق تكشف هذه الدراسة عن القيم الاجتماعية التي تعكسها البرامج الحوارية وتأثيرها على المنظومة القيمية للشباب الجامعي.

مشكلة الدراسة:

يتكون المجتمع الأردني من فئات اجتماعية مختلفة ويقتضي هذا التنوع في الاختلاف، تزويدهم بقيم اجتماعية تعمل على تماسكهم وتضامنهم وانخراطهم في بناء المجتمع وتقدمه.

من هنا تأتي مشكلة الدراسة في بيان دور التلفزيون الأردني كوسيلة إعلامية وطنية في ترسيخ القيم الاجتماعية الأردنية لأبناء الشعب الأردني من خلال برامجه الاجتماعية كبرنامج "يسعد صباحك" وهل أن مفردات وفقرات هذا البرنامج لبت حاجة الجماهير ورغباته ، وكيف ينظر الطلبة الأردنيين إلى هذا البرنامج وما درجة رضا الجماهير (الطلاب) عنه. خاصة وأن المجتمع الأردني يشهد تغييرا واضحا فى جميع المجالات سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، وذلك ينتج عنه نمواً فى ثقافة المجتمع ويتبعه تغيير فى القيم الاجتماعية لدى الأفراد، حيث أنها تتسم بالثبات النسبى ولكنها عرضة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية التى يعيش فى إطارها الأفراد،

وتقوم وسائل الإعلام بدورا هاما بتزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات حول مختلف القضايا، وهذا يمكنها من المساهمة فى تغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور وخاصة الشباب، وتستطيع البرامج الحوارية فى الوقت الحالى أيضاً أن تقوم بدور كبير فى تعريف الشباب بالقضايا المختلفة بالمجتمع وبالتالى تعكس العديد من القيم الاجتماعية الإيجابية والسلوكيات السلبية وخاصة مع زيادة مشاهدة الشباب لها.

أسئلة الدراسة:

1- ما درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية ؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى للنوع الاجتماعي (الجنس) ؟

3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى للمستوى الدراسي؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى للتخصص ؟

5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى للدخل الشهري ؟

6- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى لمكان الإقامة ؟

7- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية مجتمعة وكل على حدة من وجهة نظر الطلبة تعزى لساعات مشاهدة برامج التلفزيون الأردني؟

أهداف الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية.

ومن أهم هذه الأهداف:

1- التعرف على القيم الاجتماعية التي تتضمنها البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني.
2- رصد حجم اهتمام البرامج الحوارية بالقيم الاجتماعية.
3- التعرف على القيم الاجتماعية التي اكتسبها الشباب الجامعي نتيجة التعرض للبرامج الحوارية.
5- الوقوف على مدى تأثر الشباب بالقيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية.

6-رصد مدى تغير القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للبرامج الحوارية.

أهمية الدراسة:

الإشارة والوقوف على تأثير البرامج الحوارية على القيم الاجتماعية لـــدى الــشباب، وتوعية وتنبيه المجتمع إلى نوعية القيم الاجتماعية التي يطرحها برنامج الدراسة ، وذلك لندرة الدراسات التي تربط بين القيم الاجتماعية المطروحة من البرامج الحوارية والقيم التي تطبـــق من قبل الجمهور على أرض الواقع. أما الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة فإنها تكمن في تفعيـــل دور البرامج الحوارية في المشاركة في إحداث التنمية بالمجتمع الأردني مـــن خـــلال القـــيم الاجتماعية التي تعكسها لدى الشباب

حدود الدراسة:

نفذت هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

- الحد الزماني: من 2012/6/30 – 2012/11/30
- الحد المكاني: الجامعة الأردنية وجامعة اليرموك وجامعة مؤتة.
- الحد الموضوعي: برنامج يسعد صباحك.
- الحد البشري: طلبة برنامج البكالوريوس في الجامعات الأردنية الثلاثة

(الأردنية ، اليرموك ، مؤتة).

محددات ومعوقات الدراسة:

تحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بالآتي :

1- دلالات صدق وثبات الاستبانة التي سيصممها الباحث لأغراض هذه الدراسة.
2- صدق وجدية المبحوثين على استبانه الدراسة.
3- العينة والمجتمع المأخوذة منه المجتمعات المماثلة.
4- قلة المراجع التي تتناول هذا الموضوع خلال هذه الفترة.
5- الصعوبات التي قد تواجه الباحث في التنقل بين إقليم الوسط وإقليم الشمال وإقليم الجنوب

المصطلحات الإجرائية للدراسة:

القيم الاجتماعية:

هي مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد، وتعتبر عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعي وتعبر عن مكونات أساسية للمجتمع الإنساني. (زياده وأتول وكيفن جيه،2010)

ويعرف الباحث القيم الاجتماعية في ضوء الدراسة الحالية على أنها:-

هي المفاهيم أو السلوكيات التي يتم تقديمها في البرامج الحوارية من خلال مناقشة القضايا المختلفة وذلك في إطار " مقترحات أو نصائح مباشرة، أو خبرات واقعية تؤدي إلى إحداث عملية اكتساب أو تدعيم أو تغيير للقيم الاجتماعية لدى الشباب الذي يشاهد تلك البرامج عينة الدراسة.

البرامج الحوارية :

هي برامج تعمل على التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي التي تتطلبها الحياة في المجتمع المعاصر لما له من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال .كما أن الحوار من الأنشطة التي تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية، وتفتح له قنوات للتواصل يكتسب من خلالها المزيد من المعرفة والوعي. (الشدوخي،2010)

ويعرف الباحث البرامج الحوارية في ضوء الدراسة الحالية على أنها:-

هي التي تعتمد على قالب الحوار فيما بين مقدم البرنامج والضيوف، ومشاركة الجمهور من خلال التواجد داخل الاستوديو أو خارجه، والاتصال عن طريق الهاتف أو البريد الالكتروني وتناول مختلف القضايا والأحداث الجارية سواء السياسية ، الاقتصادية ، الاجتماعية، الدينية ، الرياضية ، الفنية ، التي تعكس العديد من القيم الاجتماعية ، ويقبل الشباب على مشاهدتها والتي تتمثل في برنامج (يسعد صباحك).

الفصل الثانـي

الإطار النظري والدراسات السابقة

يجتمع الإطـــار النظري تحت دراسة القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية ومدى تأثيرها على طلبة الجامعات الأردنية ووجهات النظر المتعلقة بالموضوع، ويتطلب دور برنامج(يسعد صباحك) في التأثير على القيم الاجتماعية للطلبة إطاراً نظرياً theoretical framework، ويشكل الإطار النظري خارطة البحث التي تقود الباحث في دراسة وفهم الموضوع أو الظاهرة، والأُطر النظرية، وقد يطلق عليها البعض الأُطر التحليلية وأحياناً الأُطر المرجعية، وقد تؤخذ كأساس في الدراسة وفي تحديد الموضوعات ووحدات الدراسة ومحاور أو نقاط التركيز وكيفية معالجة الموضوع وفي تحديد المفاهيم والمتغيرات الرئيسية وتتكون مثل هذه الأُطر من بناء نظري يقوم على مسلمات معينة أو عدد من المفاهيم الأساسية.

وتعرف النظرية بأنها مجموعة من الفرضيات أو المبادئ التي توضع لشرح ظاهرة ما، وعن طريق هذا الشرح يمكن الحصول على نظرة واضحة ومتناسقة عن الموضوع المعين "فالنظرية أداة من أدوات العلم والمعرفة، وتؤدي عدة وظائف منها:

1- تقدم النظرية نظاماً فكرياً يمكن على أساسه تنظيم الظواهر وتصنيفها وإيجاد العلاقات بينها.

2- تلخص النظرية الحقائق المتاحة عن ظاهرة معينة وفق منطق معين.

3- تعمل النظرية على التنبوء بالحقائق وأشكال السلوك التنظيمي للظاهرة.

4- تشير النظرية إلى مواطن الضعف أو القصور بالمعرفة الإنسانية في مجال اختصاصها.

5- تعتبر النظرية دليل العمل الميداني الذي يجب أن يتجاوز التوثيق إلى وضع وضع برامج عمل لحل مشكلة قائمة. (العميان،2010 ص31-34)

يتناول الباحث ضمن الإطار النظري:

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة،، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، ونلاحظ هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية، ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في شؤون وسائل الإعلام يمكن

أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة، وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكوا وسائل إعلام في ظل هذه النظريات، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام. (الدليمي، 2011، ص52 ص53)

قامت نظرية المسؤولية الاجتماعية على محاولة إيجاد مصالحة بين استقلال الصحافة، والتزامها نحو المجتمع، وعلى ذلك فلا بد أن تلتزم الصحافة بمجموعة من المعايير المهنية، وأن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانة إلى الأقليات، وان التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً فقط لتحقيق المصلحة العامة، ووفق هذه النظرية يمكن أن تساهم الصحافة بدور فعال ومتوازن في المجتمع، لأن المسؤولية الاجتماعية تحتم عليها التعبير عن رغبات وتطلعات المواطنين، وتوجيه السلطة السياسية في حالة خروجها عن الشرعية (Mcquail 1989).

المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية: (McQuail D 2005)

ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي:

أ_ أن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة اتجاه المجتمع.

ب_ يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.

ج _ لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.

د _ أن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أي إهانة إلى الأقليات.

ه _ أن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.

و _ أن للمجتمع حقاً على الصحافة بأن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.

ز _ أن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

إن المسؤولية الاجتماعية للصحافة تعني الاهتمام بالصالح العام، ويحددها آخرون بأنها الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته، بمعنى أن تتصف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل والاعتماد عليها ومراعاة النواحي الأخلاقية. (حجاب ، 2004، 488)

وترى نظرية المسؤولية الاجتماعية بضرورة أن تقوم وسائل الإعلام بتحمل مسئوليتها تجاه المجتمع جميعاً، وليس اتجاه الحكومات أو الدول وسياستها فقط، كما ترى النظريات السابقة مثل نظرية السلطة والنظرية الاشتراكية.

ولما كانت بعض النظريات تهمل السياقات الثقافية والاجتماعية التي يوجد فيها الجمهور والمرتبطة بفضاء المجتمع المحلية، إذ إن الأفراد أو الجماعات يميلون إلى إعطاء الأهمية للمحتوى الإعلامي المتعلق بالمحيط القريب المألوف لديهم التي تخضع للقيم الاجتماعية والروحية السائدة، فمن هنا فإن مناهج الأبحاث والدراسات الموضوعية المعتمد عليها تأخذ

بعين الاعتبار ظروف البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وخاصة ظروف المكان والزمان لكل جمهور.(الدليمي، 2011، ص311)

وتكتسب النظرية أهميتها في الوقت الحالي لأسباب متعددة، أولها أنها تعتني بالسياق أو البيئة الاجتماعية المحيطة، وتأخذها في الاعتبار أثناء ممارسة العمل سواء كان ذلك في الإعلام أو في العلاقات العامة أو في أعمال الشركات في القطاع الخاص، ذلك أنها تنادي بأن لا يقتصر عمل المؤسسات والشركات الإعلامية وغيرها من الشركات على هدف تحقيق الأرباح للمالكين والمساهمين فحسب، لكنها تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل، أما السبب الثاني المهم الذي يكسب النظرية أهمية كبيرة، فهو اعتناءها بعملية التنمية للمجتمع عموماً، فهي تؤمن أن استمرار أعمال المؤسسة وتحقيق الأرباح لها لا بد له من تنمية للمجتمعات المحيطة التي تعمل بها، وحتى للبيئة الطبيعية التي تعيش فيها أو يعيش فيها عملاءها وغيرهم من أفراد المجتمع (الغالبي والعامري2010).

وأكد باحثون إعلاميون _ على مدى عقود _ (مثل شيللر وروجرز) على مركزية الإعلام في عملية التنمية، ولكن بحوثهم كان لها أثر محدود خارج حقل الإعلام، فمعظم وكالات المعونة والمنظمات الحكومية المسؤولة عن تنفيذ السياسات التنموية يسيطر عليها علماء الاقتصاد وعلماء السياسة الذين فشلوا في أدراك الدور الحيوي للأعلام في مسيرة التنمية. (ماكفيل، توماس، 2005،79).

العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: عوامل فكرية: بدأ للنقاد الغربيين فشل الليبرالية في تحقيق ما كانت تصبو إليه أو تبشر به هذه الفلسفة، وأسهمت النظريات والتطورات العلمية الحديثة في زعزعة المبادئ الفكرية والفلسفية التي سادت قبل ذلك، ومن ذلك نظريات النسبية (لاينشتاين 1905)، والتي شككت بالمسلمات القديمة في الحتمية والعلية، واطراد الطبيعة وثبات قوانينها والموضوعية المطلقة. (الخولي،1990 ، 38)

ثانياً: عوامل اقتصادية: بدأت تنشأ الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى التي راحت تستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها وسائل الإعلام ومؤسساته، مما أحدث خللاً في النظم الإعلامية لصالح هذه الشركات الكبرى، ومما كان من نتائجه التشكك في مبدأ السوق الحرة تنتج الأفضل للجميع، بل هي تنتج الأفضل لفئات أو نخب معينة على حساب الأخرى، وهذا ما ظهر جلياً في الإعلام، حيث نشأت الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى.(ماكفيل 2005)

ثالثاً: عوامل تنظيمية: ظهرت الاتحادات المهنية والجمعيات واللجان التي تحاول تنظيم مهنة مثل جمعية ناشري الصحف الأمريكية والجمعية الأمريكية لمحرري الصحف، وهذه بدورها أصدرت مبادئ الصحافة في عام 1923، وتبعه ميثاق أنتاج صناعة السينما عام 1930، وميثاق الإذاعيين عام 1937، وكانت هذه مبادرات ذاتية وجهوداً إرادية لتطوير معايير الأداء نحو المسؤولية الاجتماعية، وتوجت الانتقادات التي راجت بتقرير لجنة "حرية الصحافة"، ونصها وتقريرها من ضمن ما نص على "إذا استمرت انتهاكات الخصوصية وعدم تحري

الصدق والموضوعية، فإن الصحافة لن تكون بمنجاة من التدخل الحكومي". (صالح ، 2007)

رابعاً: بروز الاتجاه الأخلاقي في الصحافة: راجت في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين الصحافة الصفراء أو صحافة (البنس)، وتراجعت صحافة المسؤولية والرصينة والصحافة الثقافية، ويرى ماكنتير وهيبرماس أن مشروع التنوير الأوروبي لبناء مجتمع علماني متحرر من الأخلاقيات والافتراضات الدينية قد فشل، ويرى كريستنز أن المبادئ الأخلاقية ليس لها تطبيق موضوعي خارج إطار المجتمع الذي أنتجها، لذلك فإن الاختيار الوحيد المشروع هو أخلاقيات شاملة ثقافياً بدلاً من تلك المتحيزة للسيطرة الغربية. (صالح ، 2007، 292)

اللجان : تشكلت لجنة حرية الصحافة الأمريكية "لجنة هتشنز" في عام 1947، ولاقت دعوتها لقيام صحافة حرة ومسؤولة صدى داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها من دول أوروبا، وكانت الاستجابة الأكثر أهمية قد برزت في بريطانيا إذ تشكلت "اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949"، ودعت العاملين في الصحافة إلى تحمل مسؤولياتهم الاجتماعية، حيثُ تقوم الفكرة الأساسية على مشاركة الصحفيين في تنظيم هذه المهنة وفقاً لمعايير المسؤولية الاجتماعية والمواثيق الأخلاقية، " وبدأت تروج أفكار جديدة مخالفة للنظرية الليبرالية، وتتمثل في أن الإنسان ليس كائناً عاقلاً راشداً دائماً، بل عرضة لعمليات تأثير واسعة النطاق من قبل خبراء العلاقات العامة والإعلام.(صالح، 02010، 103).

وقد اختار الباحث هذه النظرية لهذه الدراسة لأنها الأصلح لتفسير النتائج لمثل هذه الدراسةن ولأنها الطريقة الصحيحة لفهم مثل هذا الموضوع.

الأبعاد القيمية الاجتماعية لدى الشباب:

تلعب القيم الاجتماعية دوراً مهماً ومؤثراً داخل أي مجتمع، فمن خلالها تتشكل شخصية الفرد وتتكون آرائه وأفكاره واهتماماته، كما إنها تحكم كل ما يقوم به من أفعال ، وتحكم أيضا علاقته بباقي أفراد المجتمع ذلك يحقق وحدة وتماسك المجتمع.

ومن الجدير بالذكر أن وسائل الإعلام تقوم بدور ملحوظ في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية لدى الأفراد وخاصة لدى الشباب الذين يمثلون قطاع كبير داخل المجتمع الأردني، بالإضافة إلى أن مرحلة الشباب تعتبر من المراحل المهمة في حياة الأفراد حيث إنها مرحلة انتقالية من الطفولة إلى النضج، وتتشكل خلالها شخصية الفرد وحياته بصفة عامة، فيقبل الشباب على وسائل الإعلام للتعرض لمختلف المضامين الإخبارية والثقافية والترفيهية التي تشبع احتياجاتهم وخاصة مع التطور التكنولوجي الهائل لهذه الوسائل والذي جعل مضمونها أكثر ثراء وجاذبية وأعمق تأثيرا على القيم الاجتماعية لدى الشباب.

وتؤدي القيم الاجتماعية دوراً رئيسياً في بناء المجتمع، وتحقيق التماسك بين أفراده، فهي تعتبر المكون الأساسي للثقافة، ومن خلالها يتعرف الأفراد على السلوكيات المقبولة اجتماعيا وتلك المرفوضة اجتماعيا، ويمكن أن نحكم على المجتمع ما إذا كان متماسكا أم توجد حالة من الفوضى داخله من خلال تحديد مدى تمسك أفراد ذلك المجتمع بقيمهم المجتمعية، فعندما تنتشر الفوضى في المجتمع وتنعدم هيبة القانون بقيمهم المجتمعية، وعندما يقبل المجتمع قيم سلبية كـ "الوساطة، الانتهازية، السلوك الاستهلاكي" خاصة لدى الشباب فإن ذلك يعني حدوث تغير في منظومة القيم الاجتماعية داخل المجتمع.

ومن خلال هذا يتضح لنا أهمية القيم الاجتماعية لدى أفراد المجتمع وخاصة في مرحلة الشباب التي تتشكل خلالها القيم الاجتماعية لدى الفرد، وهنا يثار تساؤل ماهي القيم الاجتماعية وما خصائصها؟

تعريف القيم الاجتماعية:

يعد مفهوم القيم من أكثر المفاهيم المستخدمة في العلوم غموضاً وإثارة للخلاف، نظرا لتداخله والخلط بينه وبين عدد من المفاهيم الأخرى "كالمعتقدات"، "الاتجاهات"، "المعايير" ، "المبادئ"، ويمتد هذا الخلط والتداخل أيضا إلى استخدامات عامة الناس لتلك المفاهيم، حيث نجد أن لفظ "القيمة" كثيراً ما يستخدم بمعان مختلفة في الحياة العامة كما سيتم توضيحه لاحقاً.

- **تعرف القيم لغويا بأنها "الاستقامة" و "الاهتمام" أو "الأهمية" و "القوة".**
- **تعريفات القيم الاجتماعية اصطلاحاً:**

تعرف القيم الاجتماعية في **قاموس علم الاجتماع فيرتشايلد** بأنها مواضيع تتصل بالأفراد ويشعرون بتفضيلها، ويوجد اتفاق عام على أهميتها في المجتمع، مثل الطوطم الذي تعتقد الجماعة البدائية أنها انحدرت منه، قيمة اجتماعية بالنسبة لها، سواء كان هذا الطوطم جرما سماويا أو نباتا معينا أو حيوانا بالذات أو جمادا على الأرض، كصخرة خاصة أو رمزا للطوطم فصنعته للجماعة ليعبر عن تقديسها.(الزلباني،1972، ص8)

وتعرف القيم الاجتماعية بأنها نتاج خبرات اجتماعية، يعتبرها المجتمع مرغوبا فيها، نظرا لاعتقاد أفراده أنها تساهم في توجيه السلوك الإنساني نحو الأشياء والأهداف المرغوبة التي تتفق مع مبادئ وقيم المجتمع، كما أنها تساهم في تحقيق حياة جيدة ورفاهية عامة لهم، وتؤدي بالتعلم إلى السلوكيات الإيجابية في المواقف المختلفة التي يتفاعلون بها مع بعضهم البعض داخل الجماعات، وذلك في ضوء المعايير التي ارتضتها هذه الجماعات لتنشئة أفرادها ألا وهي الدين، العرف، فلسفة المجتمع.(سعدات،2001، ص50-51)

أوضح هذا التعريف أن القيم الاجتماعية تعتبر الموجهات لسلوك الأفراد نحو الأشياء المرغوبة والتي تتفق مع مبادئ وقيم المجتمع.

وهناك من يرى أن القيم الاجتماعية هي "اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباعاً له، وهو ينظر إلى غيره على أنهم غايات وليسوا وسائل لغايات أخرى.(عبد الوهاب،2009، ص10)

ويرى عبد الفتاح عبد النبي أن القيم الاجتماعية "تعتبر مجموعة من التصورات والأحكام ذات الأهمية الاجتماعية لجماعة من الأفراد، تتسم بالاستمرارية النسبية وتعمل على توجيه سلوك الأفراد والجماعات في المجتمع لما هو مرغوب أولا من السلوك في المواقف المختلفة".

وهذا التعريف اقتصر على أن القيم الاجتماعية ذات أهمية لجماعة من الأفراد كالقيم في الريف
أو البادية بالرغم من أنها أعم وأشمل من ذلك فقد تكون القيم ذات اهتمام عام للأفراد في المجتمع. (عبد النبي،1987،ص10)

و تجدر الإشارة إلى "أن معاني القيم كما يتداولها عامة الناس في أحاديثهم ومناقشتهم اليومية تختلف إلى حد كبير، فنجد أن الناس يتحدثون أحيانا عن القيمة بمعنى "الفائدة أو المنفعة"، فمثلا يقولون قيمة الهواء والماء والغذاء والفيتامينات، ويقصدون بذلك "الفائدة الجسمية" التي تتبلور في التماسك الاجتماعي والحصول على حب الناس ورضاهم، كذلك فكثيراً ما تستخدم كلمة القيمة بمعنى "القوة الشرائية" مثل قول البعض (إن قيمة هذا الدينار الذهب تساوي الآن سبعة دنانير) وفي بعض الأحيان تدل كلمة قيمة على "الأهمية العاطفية" كأن يقول شخص ما أن الراديو قديم جدا أو لاينسجم شكله مع أثاث منزلي ولكني لن أفرط به أو استبدله بآخر لأن له قيمة كبيرة عندي لأنه كان هدية من شخص عزيز.
وهكذا يتضح من المفاهيم التي يتداولها العامة من الناس أن القيمة تنسب للشيء موضوع الحديث إلا أننا نجد كثيرا ما نطلق كلمة قيمة على "الشيء نفسه" كقولنا "العلم قيمة والجهل قلة قيمة" بالإضافة إلى أننا كثيرا ما نطلق كلمة قيمة على "السلوك نفسه"
كأن نقول "السفر بالدرجة الأولى في القطار قيمة، أما السفر بالدرجة الثالثة فقلة قيمة".(شفيق،1997،ص 59-60)

المفاهيم المرتبطة بمفهوم القيم الاجتماعية:

- القيم الاجتماعية والمعتقدات:

إن المعتقدات عبارة عن تنظيمات مستقرة لبعض المدركات والمعارف المتصلة بالفرد، بينما القيم الاجتماعية فهي تعبر عن نوع من المعتقدات وهي الآمرة والناهية، التي نحكم من خلالها على الفعل بأنه مرغوب أو غير مرغوب (حسن،1998، ص136-137) ، وأيضا المعتقدات بصفة عامة أسهل تغييرها من القيم التي تعتبر مركزية وأكثر ثباتاً ورسوخاً.

(hybels and Weaver,1998, p.460,)

وتتفق المعتقدات مع القيم الاجتماعية في أن لها جوانبها المعرفية والوجدانية والسلوكية، فالقيمة في بعدها المعرفي تتعلق بما هو مرغوب، فلكي نقول بأن شخصا ما لديه قيمة فإننا نعني أنه معرفيا مدرك للطريقة الصحيحة للسلوك، وهي وجدانية بمعنى أنها شعور انفعالي حول موضوع القيمة فهي تؤثر وجدانيا نحو أو ضد أو تقبل لكل السلوكيات الإيجابية وعدم تقبل السلوكيات السلبية نحو موضوع القيمة، والقيمة لها محتوى سلوكي بمعنى أنها تمثل متغيرا وسيطيا يقود الفعل حينما يثار. (حسن، المرجع السابق،ص65)

- القيم الاجتماعية والاتجاهات:

تعرف الاتجاهات بأنها ردود فعل تقيمية (إيجابية أو سلبية) نحو أشخاص أو قضايا أو أشياء، وتعتبر متغيرات افتراضية فليست لها حقيقة مادية، ونتعرف على اتجاهات الأفراد من خلال ملاحظة ردود أفعالهم لمختلف المثيرات والتي يطلق عليها موضوعات الاتجاهات. (D.Brown, 2006, p.195)

وتعتبر الاتجاهات عبارة عن تنظيم لعديد من المعتقدات التي تتركز حول موضوع أو موقف معين يدفع الفرد لأن يستجيب بطريقة مفضلة، في حين أن القيمة تشير لنوع واحد من المعتقدات (الآمرة الناهية).(rokeach,1975,p159-161)

ويمكن التفريق بين القيمة والاتجاه كالتالي:

(أ) القيمة عبارة عن معتقد مفرد يختص بما هو مرغوب وغير مرغوب، في حين يشير الاتجاه لتنظيم عديد من المعتقدات حول موضوع أو موقف معين.

(ب) أن القيمة تخرج من الأشياء والمواقف، بينما يرتكز الاتجاه على موقف أو موضوع معين.

(جـ) تعتبر القيمة محددا أو معيارا في حد ذاتها، ولكن الاتجاه يتم تقويمه سواء إيجابيا أو سلبيا بناء على عدد قليل من القيم التي يتخذها ذلك الاتجاه معايير لتكوينه.

(د) إن عدد القيم التي يتبناها الفرد أو تنتظم في نسقه القيمي إنما يتناسب مع ما تعلمه من معتقدات تختص بما هو مرغوب من سلوكيات محددة، أما عدد ما لديه من اتجاهات

فيتوقف على ما واجه بشكل مباشر أو غير مباشر من مواقف أو أشياء في حياته، ولذلك فإن القيم لا تتعدى العشرات بينما تصل الاتجاهات إلى الآلاف.

(هـ) إن القيم أكثر ديناميكية من الاتجاهات، فترتبط القيم بالدوافع بينما الاتجاهات ليست عوامل أساسية موجهة للسلوك، فإنها حينما تحتوي على دوافع فذلك لأن موضوع الاتجاه يدرك على أنه وسيط نحو إدراك القيمة.

على الجانب الآخر نجد أنه "تربطهما علاقة وثيقة ولا معنى لأحدهما دون الآخر"،(حسن،المرجع السابق، ص138–140) فالفرد لابد أن يكون لديه اتجاهات وقيم معا، فالاتجاهات تعتبر مؤشر لما يتبناه الفرد من قيم اجتماعية، فعندما يكون لدى الفرد اتجاه إيجابي نحو موضوع أو موقف أو شخص فذلك يعني أن لديه قيم إيجابية، بينما عندما يكون لديه اتجاه سلبي فإن ذلك يدل على وجود قيم سلبية لديه.

–القيم الاجتماعية والمعايير:

إن المعايير هي قواعد للسلوك التي تحدد ما يجب أو ما لا يجب من السلوكيات في ظروف محددة، فعلى سبيل المثال وقوف الفرد عندما يعزف النشيد القومي دون التفكير كثيراً في ذلك الأمر، ذلك لأن أفعال الفرد يحددها قواعد سلوك اجتماعية غير مكتوبة تسمى "المعايير الاجتماعية"،(D.brown, **Ibid**, p.27) بينما القيم الاجتماعية فتحدد المرغوب فيه من السلوك، وذلك يعني أن القيم تعمل على توجيه سلوك الأفراد في المواقف المختلفة، والمعايير هي التي تحدد القواعد التي تحكم سلوك الأفراد في هذه المواقف.(أحمد وجبلي وبيومي،1996، ص136)

- القيم الاجتماعية والمبادئ :

إن المبادئ عبارة عن حكم بوجود علاقة أساسية بين مجموعة من الوقائع، ويتحقق المبدأ عن طريق "الدليل الأمبريقي"(*) والاتفاق على صدقه، بوجه عام، بينما القيم الاجتماعية هي التي تحكم تصرفات الأفراد لما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه من السلوك في المواقف المختلفة (غيث،2006، ص320).

أهميـــة القيـــم الاجتماعيـــة لـــــدى الشبـــــاب:

تعد القيم الاجتماعية ذات أهمية للفرد والمجتمع، فإنها تمثل المحددات التي تميز الفرد والمجتمع عن الأفراد والمجتمعات الأخرى.
حيث وتتبلور أهمية القيم الاجتماعية للفرد والمجتمع في أنها تعتبر أحد المحددات الرئيسية للشخصية، وتقوم بدور مهم في جعل الفرد يتوافق مع مجتمعه من خلال إكسابه خصائصه وتدعيم انتمائه للمجتمع.(أبو جادو،1998،ص 233)

وذلك من خلال تحديد القيم لسلوك الأفراد داخل المجتمع، حيث أنها تتصل بالعديد من جوانب السلوك الأخرى كـــ "الاتجاهات" و "المواقف" بالإضافة إلى أن القيم التي يتبناها الأفراد تعتبر من أهم المؤشرات على دوافع سلوكهم لتأثيرها على إدراكاتهم، (Robbin.2001) وتساعد القيم الفرد على اتخاذ قرار أو الحكم على الأشياء والاختيار من بينها، فالفرد في كل عملية حكم أو اختيار أو تفضيل لشيء ما يلجأ إلى رصيده من القيم ويحتكم إليه، وبالتالي فإن القيم تمثل "معيار للسلوك" يستخدمه الفرد أو الجماعة للاختيار بين بدائل في مواقف تتطلب قراراً أو سلوكاً معيناً ويستخدمها الفرد لشرح أسباب الاختيار الذي قام به.(ربيع محمد،2010، ص85)

*الإمبريقية : مصطلح يعبر عن الخبرة، والخبرة مصدرها الحواس وبالتالي فإن المعرفة الإنسانية تستمد شرعيتها من مرورها بهذه الحواس حتى تصبح بذلك قابلة للتحقق من صحتها، ومفهوم الإمبريقية يدل على كل ما يتعلق بدراسة المجتمع الإنساني بالاحتكام إلى الواقع المحسوس سواء في اختيار المشكلة وجميع الحقائق أو تصنيف البيانات وتحليلها.

(ar. Wikipedia.org)

وأيضا تقوم القيم الاجتماعية بالعديد من الوظائف للفرد، فتزوده بالهدف لجميع ما يقوم به من أفعال أو أعمال، وتساعده في الوصول إليه،(أبو جادو،1998،ص 233)

وتعمل على إيجاد القدرة لدى الفرد على الإحساس بالصواب والخطأ، وتهيئ الأساس المشترك للعمل الفردي والجماعي، وتجعل الفرد لديه القدرة على الحكم على سلوك الآخـرين وكيفيـة ردود أفعالهم.

ومن ناحية أخرى فإن القيم الاجتماعية ذات أهمية بالنسبة للمجتمع فتحافظ على تماسكه مـن خلال تحديد الأهداف الحياتية والمثل العليا والمبادئ الثابتة داخله، وتـساعد المجتمـع علـى مواجهة التغيرات التي تحدث فيه مما يحافظ على استقراره، وتربط أجزاء ثقافـة المجتمـع ببعضها حتى تبدو متناسقة، كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يـصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع.

ومن جانب آخر فإن القيم الاجتماعية لها أهمية على المستوى القومي من خلال مساعدة الدولة على حماية أمنها القومي من أي تهديد خارجي، فكلما كانت هذه القيم قوية زادت قدرة الدولة على حماية الشعب من الغزو الفكري.(منصور وسليمان،2009،ص 57)

سمات القيم الاجتماعية:

ويمكن إدراك مفهوم القيم الاجتماعية بدرجة أعمق من خلال توضيح السمات العامـة للقيم الاجتماعية كالتالي:

1- القيم الاجتماعية مشتركة بين عدد كبير من الناس:

وهذا يعني أن القيم الاجتماعية ذات اهتمام عام لدى أفراد المجتمع.

2- أنها تستثير اهتمام الفرد والجماعة لارتباطها بحاجات حيوية اجتماعية:

فتتصف القيم بأنها لا يمكن التعامل معها باللامبالاة سواء من الفرد أو الجماعة، فالأب الـذي يقدر الأبوة كقيمة اجتماعية يضحي من أجل أسرته بمختلف التضحيات ويتحمل أشد المتاعب، وكذلك غضب الشعوب والدول إلى حد الرغبة في القتال(الزلباني،1972،ص22-29). يعـد مظهراً للارتباط بقيم اجتماعية عامة مثل: حرية التعبير والوطنية والدفاع عن سيادة الدولـة على أراضيها.

3- أنها تستهدف صالح الجماعة:

فتعمل الجماعات على الاحتفاظ بمقومات حضارتها كاللغة والدين والتقاليد، لأنها نظمت حياتها وفقا لقيم حضارية ألفتها وتصلح لنظم الحياة الاجتماعية لهذه الجماعات في إطار بيئاتها الطبيعية، فمثلا عادة "**الأخذ بالثأر**" تنتشر لدى البدو كجزء أصيل من شريعة الصحراء حيث لا توجد حكومة مركزية تفرض الأمن وتكفله، في حين أن هذه العادة تقابل بالاستنكار في مناطق أخرى.(نفس المرجع،ص22-29)

4- تتصف القيم بالنسبية:

أي تختلف من فرد لآخر بل تختلف لدى نفس الفرد طبقا لنوع حاجاته ورغباته وظروفه، وكذلك تختلف من وقت لآخر ومن مكان لآخر وأيضا من ثقافة لأخرى.(شفيق،1997،ص 63-64).

5- تتسم القيم بالهرمية:

فالقيم ترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجا في الأهمية، ولذلك فإن كل فرد لديه نظاما للقيم يمثل جزءا من تكوينه النفسي الموجه للسلوك.(نفس المرجع،ص65)

6- تتصف القيم "بالدينامية":

أي أن القيم الاجتماعية تتصف بالقابلية للتغير الاجتماعي، ويمكن أن يكون هذا التغير سريعا جدا كما في المجتمعات الصناعية المتقدمة والتي تعتبر الرغبة في التغير قيمة اجتماعية.

7- القيم الاجتماعية تحميها نظم المجتمع ومنظماته:

أي أن النظم الاجتماعية تجعل هذه القيم بمثابة معايير لابد على الأفراد الالتزام بالتطابق معها في السلوك.(الزلباني،المرجع السابق،29)

8- القيم مكتسبة:

أي أن الفرد يزود بها من خلال التنشئة الاجتماعية، فهي ليست فطرية، بل يكتسبها خلال مختلف مراحل حياته بطريقة مقصودة. (ربيع محمد،2010، ص83-84)

9- تتسم القيم بالعمومية:

حيث تشكل القيم طابعا قوميا عاما بين جميع الأفراد، ولدى مختلف الطبقات. (ربيع محمد،نفس المرجع، ص83-84)

10- القيم معيارية:

أي أن القيم هي أحكام يصدرها الفرد على أنماط السلوك المختلفة للأفراد الآخرين.

مصادر حصول الشباب على القيم الاجتماعية:

من خلال ما سبق يتضح أن القيم الاجتماعية لها تأثير كبير على الأفراد والمجتمع، فهي تحكم العلاقات بين الأفراد وأيضا علاقتهم بالمجتمع، وتعتبر عامل رئيسي في بناء العلاقات فيما بين الأفراد في إطار المجتمع الذي يحيط بهم، وهذا يجعل القيم تنال قدر كبير من الأهمية للمجتمع والأفراد وخاصة الشباب الذين ما زالوا في مرحلة يتم فيها تشكل القيم، وذلك يدفعنا لنتساءل "هل القيم الاجتماعية موروثة أم مكتسبة لدى الشباب؟ " فالقيم الاجتماعية لا يولد بها الطفل ولكن يكتسبها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية "Socialization" التي تستمر طوال فترات حياته، وهذه العملية التي من خلالها يكتسب الشباب القيم الاجتماعية الخاصة بالمجتمع فيتعلمونها تدريجيا منذ مرحلة الطفولة وحتى مرحلة الشيخوخة ويضيفونها إلى إطارهم المرجعي للسلوك ويقومون بالتفضيل فيما بين القيم الاجتماعية عن طريق التفاعل الاجتماعي الذي تزداد خبراتهم من خلاله، وتقوم بعملية التنشئة الاجتماعية للشباب العديد من المؤسسات والجماعات داخل المجتمع والتي تعتبر بمثابة مصادر للقيم الاجتماعية.

فيكتسب الفرد القيم الاجتماعية ويضيفها إلى إطاره المرجعي للسلوك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تعرف بأنها العملية التي تجعل الأفراد يعرفون أنفسهم كأعضاء في المجتمع، ويتعلمون قيم وأحكام الجماعة، (صالح،2009، ص285)، وأيضا تعرف التنشئة الاجتماعية بأنها الطرق التي يتبنى الفرد من خلالها قيمهم وسلوكهم كجماعة، ويقوم به العديد من الأفراد والمنظمات التي تتمثل في الأسرة من خلال الآباء والأمهات والأخوة، المدرسة، الأصدقاء، بالإضافة إلى الخبرات الشخصية.(Dominick,2009)

ومن خلال ذلك يتضح أن عملية "التنشئة الاجتماعية" تقوم بها عدة مؤسسات التي تتبلور أهمها فيما يلي: (خليل،2004)

1-الأســـــــــــــــرة:

تعتبر الأسرة أول المصادر التي يكتسب من خلالها الشباب قيمهم الاجتماعيـــة منـــذ مرحلة الطفولة، حيث إنها تعتبر الجماعة الإنسانية الأولى التي يتعامل معهـــا الفـــرد وتقـــوم بتربيته وتوجيهه في أهم الفترات وأعمقها تأثيرا في بناء شخصيته وتشكيل حياته بصفة عامة، وعن طريقها يكتسب القيم والمعايير الاجتماعية لسلوكه، كما تعد الأسرة موصلا جيدا لثقافـــة المجتمع، ومن خلال ذلك نجد أن العلاقة بين الأسرة والمجتمع وثيقة ومتبادلة، فالأسرة تتأثر بما يصيب المجتمع في نظمه وقيمه من تغيير، والمجتمع بدوره يتأثر بما يقع فـــي الأنمـــاط الأسرية من تغيير، وبالتالي فإن الأسرة تعتبر أداة ذات فعالية كبيرة في تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب في إطار المجتمع الذي توجد فيه.

2-جماعة الأقران:

تعتبر أحد الجماعات المرجعية التي تشارك الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية وذلك بتأثيرها في القيم والعادات والاتجاهات، وتعمل على نمو شخصية الفـــرد واكتـــسابه لـــنمط شخصية الجماعة، وتساعده على ممارسة الأدوار الاجتماعية، وتنميـــة حاســـته نحـــو تقبـــل الآخرين والإلتزام بالقيم داخل مجتمعه، ويكتسب الفرد القيم وثقافة المجتمع من خلال الاختلاط مع زملائه وأصدقائه، ويتوقف مدى تأثر الفرد بجماعة الرفاق على درجة ولائه لها ومـــدى تقبله لمعاييرها وقيمها واتجاهاتها وعلى تماسك هذه الجماعة، وتزداد خطورة هذا الدور الذي تؤديه جماعة الرفاق في الوقت الحاضر، حيث إن الأسرة بدأت تفقد تـــدريجيا الكثيـــر مـــن وظائفها الاجتماعية نظرا لانشغال الآباء تحت الظروف الاجتماعية والاقتصادية وذلك نـــتج عنه اتباع الفرد لقيم أصدقائه.

3-مؤسسات التعليم (المدرسة والجامعة):

تعد المدرسة والجامعة مصدراً أساسياً من مصادر اكتساب الشباب للقيم، فتقوم المدرســـة بدور هام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، وذلك من خلال إمداده بقدر أكبر من القيم والمعايير وغرس القيم الاجتماعية التي تتماشى مع التقدم في مختلف مجالات المعرفة، وبالتالي فإنها تقـــوم بتنمية القيم الاجتماعية لدى الأفراد، ونجد أن الجامعة تقوم أيضا بدور تكميلي للمدرسة فـــي هـــذا المجال تجاه الشباب الجامعي وذلك من خلال إمداد الشباب بالقيم الاجتماعيـــة الدراســـية ذاتهـــا، والاحتكاك داخل المجتمع الجامعي من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة، وكل ذلك يعمل على إكسابهم قيم اجتماعية جديدة أو تدعيم أو تغيير القيم الموجودة بالفعل لديهم.

4-وسائل الإعلام:

تقوم وسائل الإعلام بدور مهم وبارز في اكتساب الشباب للقيم الاجتماعية وخاصة مع زيادة التطور التكنولوجي بها سواء في التلفاز أو الصحف أو الراديو أو الإنترنت، وهذا من خلال قيامها بالتنشئة الاجتماعية للفرد الذي يكتسب من خلالها قيم اجتماعية جديدة أو يدعم أو يغير قيم موجودة أصلاً، بالإضافة إلى أنها تعكس الثقافة العامة للمجتمع وتنقل ثقافات المجتمعات الأخرى، وذلك بتناولها لمختلف المضامين الإعلامية طبقا لخصائص كل وسيلة إعلامية، ومن خلال هذا تؤثر وسائل الإعلام في سلوك الفرد داخل المجتمع وتقوم بدور أساسي في تكوين شخصية الفرد وتطبيعه اجتماعيا.(جمعه،2007، ص344)

ومن خلال ما سبق يتضح أهمية الأسرة، جماعة الأقران، المدرسة والجامعة ووسائل الإعلام كمؤسسات التنشئة الاجتماعية ومصادر للقيم الاجتماعية للشباب، ويزداد هذا الدور من خلال ما توصلت إليه إحدى الدراسات "وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية المدنية للشباب" والتي تشير إلى أن عملية تنمية المواطنة تتم من خلال تفاعل المراهقين والشباب مع الأقران والأسرة والأساتذة في المدرسة والجامعة ووسائل الإعلام، وذلك من خلال المعرفة والمهارات المعرفية التي يكتسبها الفرد من خلال وسائل الإعلام والاتصال الشخصي (Mclead,2000, p.45- 51) والمشاركة في الأنشطة التطوعية في المدرسة والجامعة والمجتمع المحلي، وأيضا تعتبر عملية المواطنة النشطة أو الفاعلة جزء هام من التنمية الأخلاقية للمراهقين والشباب.

تصنيف القيم :

أول ما يعترضنا في هذا الأمر أن مسألة التصنيف هي مسألة أخلاقيه بمقدار ما هي مسألة أكاديمية , وهي انعكاس للخلاف حول التعريف فهناك من تحدث عن أربعة نماذج للقيم : الغائية والخارجية، والكامنة والوسيلية. وهناك من صنفها : بالقيم الثابتة والقيم العملية . وآخرون اعتمدوا تصنيفها على ضوء الاهتمامات مثل القيم الايجابية والسلبية , والكامنة والفعلية، وهناك تصنيف استند إلى محتوى القيمة مثل : قيم اللذة والقيم الجمالية, والقيم الدينية والقيم الاقتصادية، والقيم الأخلاقية والقيم المنطقية, وميز رالف وايت بين مائة قيمة عامة تربط أساساً بالثقافة الغربية (عبد الغني، 2006،ص148) .

وقدم نيكولاس ريتشر محاولة قيمة لعرض مختلف أسس تصنيف القيم على النحو التالي: (Rescher,1969,p.13)

- **التصنيف على أساس القيمة:** حيث ينصب الاهتمام في هذا التصنيف على أولئك الذين يحتضنون قيمة من القيم مثل القيم الشخصية, وقيم العمل , وقيم النخب العليا , والقيم القومية التي تنتشر على نطاق المجتمع بأسره .
- **التصنيف في ضوء موضوعات القيم:** وفيه ينصب الاهتمام على موضوعات محددة تكتسب خاصية قيمية , فيتم مثلا تقويم الرجال على أساس نسبة الذكاء والأمم على ضوء عدالة النظم السائدة فيها ومدى شرعيتها . ومن الأمثلة على ذلك :

نمط القيمة	تفسير موضوع التقويم	نماذج من القيم
قيم الأشياء	الخصائص المرغوبة في الأشياء	السرعة –الجودة – النقاء
قيم بيئية	الخصائص المرغوبة في البيئة	الجمال – التناسق – الهدوء
القيم الفردية	الخصائص المرغوبة في الأفراد	الشجاعة – الذكاء
القيم الإنسانية	الخصائص المرغوبة في المجتمع	الخلق – القدرات – العادات
القيم الجماعية	الخصائص المرغوبة في العلاقة بين الفرد والجماعة (الأسرة الجوار المهنة ..)	التعاون – الانسجام – القياده
القيم المجتمعية	الخصائص المرغوبة في ما يتصل ببناء المجتمع ونظمه	العدالة – المساواة

ويمكن للقيمة الواحدة أن تصنف في غير نمط . فمثلا الاحترام , يصنف على النحو التالي : احترام الذات (Self–respect) وتقع في النمط الثالث بينما الاحترام المتبادل بين الرفاق يصنف في النمط الرابع والعدالة الشخصية تنتمي إلى الفئة الثالثة , بينما العدالة الاجتماعية تتعلق بالفئة الخامسة.

- **التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة:** ترتبط القيم بفائدة أو منفعة يحققها أولئك الذين يحتضنوها سواء أكانت هذه المنفعة تتعلق بإشباع حاجة أم اهتمام أو مصلحة وأفضل تصنيف في هذا الصدد هو تصنيف الحاجات والرغبات والاهتمامات الأساسية للإنسان ويمكن أن نحصل على تصنيف للقيم على النحو التالي :

فئات القيم	نماذج من القيم
المادية الطبيعية	الصحة – الراحة – سلامة البدن
الاقتصادية	الأمن الاقتصادي – الإنتاجية
الأخلاقية	الشجاعة – الكرم – نجدة الملهوف
الاجتماعية	الإخلاص – الألفة
السياسية	الحرية – العدالة
الجمالية	الجمال – التناسق
الدينية والروحية	الشفقة – حب الخير – صفاء الضمير
الفكرية	الذكاء – الوضوح
المهنية	التقدير المهني – النجاح – الدقة
العاطفية	الحب – القبول

- **التصنيف على أساس الأغراض والأهداف:** يقصد بذلك تصنيف القيم وفقاً للغرض المحدد أو الهدف الخاص الذي يتحقق بوجودها مثل القيمة الغذائية للطعام والقيمة التبادلية لبعض السلع والقيمة التعليمية لبعض البرامج إذاً فالتصنيف هنا يتأسس على الغرض والهدف الذي يتحقق بوجود قيمة معينة.
- **التصنيف على أساس العلاقة بين القيمة والفائدة:** يقصد بهذا التصنيف ملاحظة أن الشخص يحتضن قيمة معينة لأنه يرى في وجودها فائدة بالنسبة إليه أو بالنسبة إلى الآخرين مثل القيم الأسرية – والمهنية والقومية والمجتمعية والجمالية ...
- **التصنيف على أساس العلاقة بين القيم ذاتها:** ويعتمد هذا التصنيف على مدى ارتباط القيم بعضها ببعض وهذا النوع من التصنيف يثير قضية تدرج القيم وفقاً لمدى عموميتها فقيمة الكرم مثلاً تحقق قيمة أعلى هي سعادة الآخرين. في هذه الحالة تعتبر القيمة الأولى قيمة وسيطة أو وسيلية وهناك قيم أخرى لذاتها مثل الولاء الأمانة تلك هي القيم الغائية.

وقد خلص ميلتون روكيش إلى أن كل قيمة هي نتاج اجتماعي انتقلت إلينا وحفظتها الأجيال المتعاقبة عن طريق أحد النظم الاجتماعية في المجتمع. وهو يعرف النظام بأنه تنظيم اجتماعي مهمته الأساسية دعم مجموعة من القيم والحفاظ عليها كالقيم الدينية. وبالمثل تعمل النظم الأخرى كالأسرة والتربية والسياسة والاقتصاد والقانون على أن هذه القيم تتداخل في ما بينها وتشترك معا في خصائص عامه ويدعم بعضها بعضا كما هو شأن القيم الأسرية والدينية ويمكن أن تخفي صراعاً في ما بينهما كما العلمانية لذلك فإن تحديد النظم الاجتماعية الأساسية

السائدة في مجتمع ما هو الخطوة الأولى لتصنيف القيم المرتبطة بهذه النظم والملائمة للثقافة التي نشأت فيها.(عبد الغني،المرجع السابق،ص150-151)

تأثير وسائل الإعلام في القيم الاجتماعية لدى الشباب:

يتعرض الجمهور وخاصة الشباب لوسائل الإعلام بشكل متزايد ومستمر، ومن خلال تعرضه يشاهد مختلف المضامين الإخبارية والثقافية والترفيهية والتي لها تأثير كبير على مضمون القيم الاجتماعية لدى الجمهور وخاصة الشباب.

ويتعرض الشباب لوسائل الإعلام بهدف إدراك ما يحيط به من أحداث وقضايا في إطار المجتمع الذي يعيش داخله أو خارجه، وكذلك بهدف الحصول على معلومات جديدة تساعده على اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا بالإضافة إلى الترفيه الذي يوفر له التسلية والإمتاع.(المسلمي،2002، ص113)

ويزداد تأثير وسائل الإعلام على القيم الاجتماعية لدى الشباب من خلال قيامها بإكساب أو تدعيم أو تغيير القيم الاجتماعية لدى الأفراد وهذا التأثير يحدث من خلال الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام للفرد والمجتمع كما يلي:

تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بنشر المعلومات الخاصة بالأحداث والقضايا التي تقع داخل أو خارج المجتمع، بل وتقوم بالشرح والتفسير والتعليق(Mc Quail ,2005,p97-98)، وتبادل الآراء حول هذه القضايا من خلال إدارة المناقشات بين مختلف الاتجاهات السياسية والاجتماعية والفكرية مما يوضح جميع جوانبها والمساهمة في إيجاد حلول لتلك المشكلات التي تواجه المجتمع، بالإضافة إلى قيامها بجعل الأفراد يعقدون مقارنات بين أنفسهم والشخصيات التي تقدمها لهم فيعرفون القيم التي ينبغي أن تكون لديهم،(مكاوي و السيد، 2009، ص74) وهذا من شأنه إكساب الأفراد قيم جديدة أو تدعيم قيم موجودة بالفعل لديهم أو تغييرها.

كما تقوم وسائل الإعلام بالتثقيف من خلال نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر ونشر الثقافة السائدة والتعرف على الثقافات الفرعية وتطور الثقافات الجديدة وتدعم التمسك بالقيم المشتركة. (Mc Quail ,2005,p98)، وتنتقل القيم التي تحتوي عليها ثقافة المجتمع عبر الأجيال مما يجعل هناك أطر مرجعية مشتركة، وذلك يمكن من شأنه أن يحدث إكساب قيم

اجتماعية جديدة.(مكاوي و السيد، 2009، ص71-73)، وتساهم هذه الوسائل في التنشئة الاجتماعية للأفراد بإكسابهم قيم وثقافة المجتمع والمساهمة في تحقيق التماسك الاجتماعي. (عبد الحميد،1997،ص23)، وذلك من خلال تعميق الإحساس بالهوية وبالحضارة والثقافة الوطنية، فمثلا تذكير الجمهور بصفة مستمرة بالأفراد الذين يمثلون رموز تاريخية للوطن لكي تؤثر على تدعيم القيم الاجتماعية التي تحدد هوية المجتمع وتجعل الفرد يكتسبها.

فضلا عن قيام وسائل الإعلام بالتنمية للمجتمع من خلال تطوير مهارات الأفراد وتوفير التعليم والمعرفة مما يزيد من قدرته على المشاركة في تحقيق التنمية البشرية والمعرفة وتحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والثقافية، وكذلك بالحرية التي تتمتع بها تلك الوسائل في المجتمع لإحداث تنمية والعمل على إكساب أو تدعيم أو تغيير القيم الاجتماعية وفقا لما يناسب تطور المجتمع،(صالح،2009، ص291-292)، بالإضافة إلى التعبئة المجتمعية وذلك من خلال الحملات الإعلامية التي تحقق أهداف مجتمعية في مجال السياسة والتنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية والعمل وأحيانا في مجال الدين.(Mc Quail ,2005,p291).

وتقوم وسائل الإعلام بالإعلان والترويج للسلع والخدمات وذلك يوفر للفرد فرصة الاختيار بين هذه السلع والخدمات التي تشبع احتياجاته الضرورية، وهذا يعمل على وجود القيم الاستهلاكية في المجتمع.

بالإضافة إلى قيام وسائل الإعلام بالترفيه والتسلية وذلك أيضا له تأثير على القيم المكتسبة بالفعل أو إكساب قيم جديدة، وعلى الرغم من قيام وسائل الإعلام بالعديد من الوظائف الإيجابية للجمهور فإنها يمكن أن تحدث تأثير سلبي من خلال تقديمها لكم هائل من المعلومات التي تؤدي إلى إصابة الجمهور باللامبالاة بدلا من أن تجعلهم أكثر إيجابية وذلك في النهاية يؤدي إلى تخدير الجمهور.

وفي ضوء ما سبق تتضح أهمية تعرض الشباب لوسائل الإعلام والتي تتبلور في المساهمة في تقديم المعارف والمعلومات التي تشكل الرصيد المعرفي لهم وتدعم انتماءاتهم المرجعية لمجتمعهم ويساعدهم على اكتساب المهارات التي تنعكس على الأداء والإنجاز اليومي، ويقلل من فرص عزلتهم. بالإضافة إلى إكسابهم لخصائص وسمات مجتمعهم وتحقيق الترابط والتقارب بينهم وبين بقية أفراد المجتمع وعناصره مما يحقق التماسك الاجتماعي في مواجهة المواقف المختلفة والمحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع وبالتالي يسهم في دعم البناء الاجتماعي.(عبد الحميد،1997،ص22-24).

كذلك تقوم وسائل الإعلام بالعمل على مرونة التفاعل للشباب من خلال تزويدهم بالمعلومات عن الأحداث والقضايا فتجعل هناك موضوعات مشتركة للنقاش حولها، وبعضهم يرى في ذلك

إعطاء مكانة اجتماعية أفضل له لدى الآخرين سواء حصلوا على هذه المعلومات والخبرات بوعي أو بدون وعي، وأيضا بعض الشباب يستخدمون وسائل الإعلام كبديل للتفاعل الاجتماعي مما يقلل من عزلتهم.(مكاوي و السيد، 2009،ص83)

بالإضافة إلى أن الشباب يلجأ للتعرض لوسائل الإعلام بهدف الترفيه والتسلية من خلال مشاهدة البرامج والمسلسلات والأفلام والأغاني وغير ذلك فتساعد وسائل الإعلام الشباب على الهروب من مشكلاتهم اليومية وكذلك الراحة والاسترخاء بشغل أوقات الفراغ، مما يقلل من التوتر الاجتماعي.

وتختلف وسائل الإعلام في قدرتها على التأثير على القيم الاجتماعية لدى الشباب، وذلك طبقا لخصائص كل وسيلة إعلامية من (صحف- راديو- تليفزيون- سينما- انترنت) ولذلك فإن معرفتنا بخصائص هذه الوسائل ومميزاتها تجعلنا نحدد قدرتها الإنتاجية لدى الشباب.

تأثير التليفزيون على القيم الاجتماعية لدى الشباب:

يقبل الشباب على مشاهدة التليفزيون للتعرف على المضامين المختلفة التي يقدمها التلفزيون سواء إخبارية، ثقافية، تعليمية، ترفيهية، وللتلفزيون القدرة على بث كثير من الصور والصوت مباشرة ولذلك فهو "نافذة على العالم (Mc Quail ,2005,p35-37)، حيث يتسم المحتوى المقدم من خلال التليفزيون بعدة خصائص تزيد من جاذبيته والتي تتمثل في الاعتماد على الصورة والحركة التي تميز التليفزيون عن بقية وسائل الإعلام مما يكسب مضمونه مزيد من المصداقية والحيوية، بالإضافة إلى اعتماده على الصوت واللون، ويعتبر التليفزيون أكثر قربا للاتصال المباشر بل إنه يتفوق عليه بقدرته على تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الثابتة، (العبد والعبد، 2006)، ويتميز بالسرعة والفورية في نقل الأحداث لحظة وقوعها بالصوت والصورة وذلك يدعم الرسالة الإعلامية المقدمة للجمهور، حيث يجلس المشاهد لمتابعة التليفزيون لفترات طويلة لاعتماده على حاستي السمع والبصر مما يحقق مزيد من الألفة والقرب للجمهور،(عبد الحميد،1997)

فيدعم قدرته على إيجاد شعور بالألفة والمشاركة الشخصية بين المشاهدين ومقدم البرنامج والمشاركين على الشاشة،(Mc Quail ,2005,p35). وخاصة لدى الشباب الذين يعتمدون على الثقافة (السمع بصرية) بدرجة أكبر من (المقروءة) أو (المسموعة)، وفي العموم فإن الإنسان يكتسب 88% من المعرفة عن طريق حاستي البصر والسمع.(العبد،2006،ص12)

ومن الجدير بالذكر هنا أن التليفزيون يمكن أن يساهم في تنمية القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب من خلال ما يقدمه من مختلف المضامين الإعلامية سواء البرامج أو المسلسلات أو الأفلام، فإن الكثير من البرامج والمشاهد التليفزيونية تحتوي على القيم الإيجابية مثل التعاون، المشاركة الاجتماعية، الحث على بر الوالدين، تقديم الخير، تعليم الإحسان، التسامح، الترابط الأسري، المشاركة السياسية، احترام الآخر، المساواة وغيرها الكثير.

وأيضاً بث التليفزيون للسلوكيات السلبية في المجتمع العربي مثل (الرشوة، الفساد، التسيب والإهمال، غياب تطبيق القوانين، غياب العدالة .. وغيرها) فإن ذلك له تأثير إيجابي على المشاهدين من خلال العمل على إيجاد الوعي بمختلف الظواهر السلبية داخل المجتمع، فيدرك تأثيراتها السلبية على المجتمع فلا يقدم الأفراد على ارتكاب هذه السلوكيات السلبية، ويقوموا بمحاربتها بكافة الأساليب الممكنة داخل الدولة سواء بالقول أو بالفعل من خلال إبداء وجهات النظر.ومن ناحية أخرى فإن قيام التليفزيون بعرض السلوكيات السلبية داخل المجتمع بصورة مبالغ فيها وبصورة متكررة يجعل الشباب يقوم بتقليدها وخاصة عندما تقدم من خلال المسلسلات أو الأفلام، وفي هذا الإطار يوجه الكثير من النقد إلى ما يعرضه التليفزيون من خلال البرامج والمسلسلات والأفلام في تجسيد المشاهد التي تحتوي على عنف، مما يزيد من انتشار السلوك العنيف في المجتمع لدى الشباب سواء اللفظي أو الجسدي، ولذلك فإنه لابد من الحذر من قبل القائمين على البرامج والمسلسلات والأفلام بالكيفية التي يتم فيها عرض تناول السلوكيات السلبية داخل المجتمع بحيث تحقق التأثير المرجو من تناولها ولا تحدث تداعيات سلبية على الشباب من خلال تناولها بطريقة خاطئة. (عبد العزيز محمد،ص95)

وبالتالي تتأثر قيم الشباب بما يشاهدونه من مضامين مختلفة، وخاصة مع انتشار القنوات الفضائية بالتليفزيون التي يقبل الشباب على مشاهدتها لمتابعة الأحداث الجارية أو بهدف الترفيه والتسلية، مما يضاعف من دور التليفزيون في التأثير على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب.

وسائل الإعلام كمصدر للقيم الاجتماعية:

تعتبر وسائل الإعلام مصدر للقيم الاجتماعية من خلال قيامها بوظيفة التنشئة الاجتماعية باعتبارها أحد مصادرها، فتعتبر التنشئة الاجتماعية العملية التي يكتسب من خلالها الفرد ثقافة جماعته (رشتي،1975، ص204)، ويدرك أساليبها الاجتماعية ويسلك سلوكا يتفق مع توقعات الآخرين وتمتد عملية التنشئة الاجتماعية من الطفولة وحتى الشيخوخة.

وتقوم وسائل الإعلام بالتنشئة الاجتماعية التي يحتل جزء كبير منها (التعلم)، وتقوم بدور مهم في هذا المجال من خلال اعتبارها مصادر هامة للمعلومات في كثير من الموضوعات خاصة في السياسة والشؤون العامة، فتشير إحدى الدراسات إلى أن أكثر من 90% من الأمريكيين كان التليفزيون مصدرهم الأول للمعلومات عن الهجمات في الحادي عشر من سبتمبر، وأظهرت دراسة أخرى أن طلاب المدارس الثانوية واحد من بين أربعة طلاب ذكروا أن موسيقى (الروك) تعتبر مصدر هام للقيم الأخلاقية لديهم، وأوضح واحد من بين أربعة طلاب أنها مصدر للمعلومات عن العلاقات بين الأشخاص.(Dominick,2001)

وأيضا تقوم وسائل الإعلام من خلال عملية التنشئة الاجتماعية بنقل القيم في المجتمع وأنماط السلوك المقبولة سواء عن عمد أو بدون قصد للأفراد، وذلك يساعد على تحقيق التآلف والانسجام بين أفراد المجتمع الواحد ولكنه يضعف في نفس الوقت الثقافات الإقليمية أو الفرعية التي لا تتاح لها الفرصة لكي تنتشر وتتطور أمام غزو الثقافات الجماهيرية (رشتي،المرجع السابق، ص204)

ويجعل عملية التنشئة تفقد الطابع الفردي.

وتقوم وسائل الإعلام بعملية التنشئة الاجتماعية من خلال نقل التراث الثقافي والاجتماعي مما يوفر الأساليب والقيم والخبرات المشتركة لدى جميع أفراد المجتمع مما يساعد على تماسك المجتمع ودمج المواطنين به وإحداث تقارب فيما بين مختلف وجهات نظر الأفراد (المسلمي،2002، ص120-121)، وذلك من شأنه أن يوفر رصيداً مشتركا من المعرفة الاجتماعية التي تمكن أفراد المجتمع من القيام بأدوارهم بفعالية، وإعطائهم مجال للمشاركة الإيجابية في الحياة العامة وشؤونها (الموسى،2009، ص17).

ولتحقيق ما سبق فتقوم وسائل الإعلام بإكساب الأفراد المهارات الاجتماعية وتعريفهم بالخصائص الثقافية للمجتمع، والتأكيد عليها منذ الصغر وخلال مراحل الحياة، حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي والإجماع حول الرموز والأهداف الوطنية، وكذلك التمسك بالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية التي تحدد الهوية للمجتمع وتجعل الفرد يكتسب هذه الهوية (عبد الحميد،1997،ص51).

وتقوم وسائل الإعلام بالتنشئة الاجتماعية من خلال تناول مختلف المضامين الإعلامية سواء كانت إخبارية أو تثقيفية أو ترفيهية، التي تهدف إلى إكساب قيم جديدة للأفراد أو تدعيم قيم موجودة بالفعل والتصدي للأخرى دخيلة أو تغيير قيم واستبدالها بأخرى جديدة للأفراد وغالبا هذا يحدث بدون وعي من قبل الجمهور، ونشير هنا إلى خطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام كمصدر للقيم الاجتماعية من خلال نقلها لثقافات مجتمعات أخرى تحتوي على قيم وعادات وتقاليد أجنبية لا تناسب مجتمعنا وذلك من خلال عرضها للبرامج والمسلسلات والأفلام الأجنبية مما يؤثر سلبا على القيم داخل المجتمع باعتباره غزوا ثقافيا ولابد أن يتم ذلك في إطار التبادل الثقافي فيما بين الدول (عجوة،2004، ص15).

فإن وسائل الإعلام التي توجه إلى أعداد كبيرة من الجمهور يمكن أن يكون لها تأثير ثقافي موحد، ولكن عندما توجه رسائلها إلى عدد محدد من الجمهور فإن تأثيرها يكون مفرق للمجتمع، فعلى النطاق العالمي فقد فرضت وسائل الإعلام قيم الولايات المتحدة والغرب على القيم التقليدية للثقافات الأخرى، حتى في الدول التي يوجد بها نظم إعلامية صاعدة فقد استمرت وسائل الإعلام الموجودة بها تتأثر بمحتوى الإعلام من الثقافات المسيطرة السائدة، (Johnivian,2001,411).

كما أن انتشار القنوات الفضائية في الفترة الأخيرة جاء نتيجة لعدة عوامل وأهمها، المنافسة بين القنوات الفضائية العربية ونظيرتها الأجنبية، رخص أطباق الاستقبال مما مكن مختلف مستويات الجمهور من اقتنائها، وتتميز هذه القنوات بإمكانيات هائلة في مجال نقل المعلومات في مختلف المجالات مما جعل لها قوة اجتماعية تنافس وسائل الإعلام الأخرى، كذلك تعد وسيلة اتصالية سهلة الاستخدام ذات تأثير فعال.

وقد بدأت القنوات الفضائية تأخذ شكل الظاهرة الجماهيرية، وتعتمد هذه القنوات على تقديم مختلف المضامين الإعلامية سواء الإخبارية أو الثقافية أو الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الدينية أو الرياضية، كذلك فإنها تقدم كافة الأشكال البرامجية سواء نشرات الأخبار، البرامج الحوارية، البرامج الثقافية، الأفلام، المسلسلات، الأغاني، وذلك لإشباع كافة احتياجات المشاهدين وإرضاء كافة الأذواق، ومن الملاحظ الإقبال المكثف للجمهور على مشاهدة تلك القنوات وخاصة فئة الشباب، وتختلف الأهداف وتتضمن هدف الحصول على المعلومات والتثقيف، هدف الترفيه، واعتماد الشباب على تلك القنوات تؤثر على ثقافة الشباب

وبالتالي على اتجاهاتهم وسلوكياتهم داخل المجتمع من خلال ما تقدمه من مختلف المـضامين الإعلامية.

التلفزيون الأردني:

تولدت قناعة لدى الحكومات، بأن المؤسسات الإعلامية الجماهيرية كالتلفزيون، مـا هـي إلا أجهزة حكومية للإخبار والتوجيه والتثقيف والترفيه، شأنها شأن المرافق العامة الأخرى التـي تتولى إدارتها الدولة، كمرافق الصحة والتعليم والمواصلات وغيرها، بل أن الدولة تهتم أكثر بهذه المؤسسات، فالحكومات على علم بقدر هذا الجهاز، بتجنيـد وتعبئـة أفـراد المجتمـع بالمعلومات تخدم بالمحصلة النهائية سياستها، هذا من جهة ومن جهة أخرى، تعمل الحكومـة على تشكيل وعي عام لدى أفراد المجتمع نحو قضايا معينة، لإيجاد الرأي العام.

وإن التلفزيون الأردني – كغيره من مؤسسات التلفزيون في الوطن العربي– يعمل بتوجيه من الحكومة، التي لا تشرف فقط على آلية عمله وإدارته، ومتابعة ما يبث من مواد وبرامج، بـل تعمل على امتلاكه أيضاً، وتوفير المال اللازم للحفاظ على ديمومة عمله، من خلال الموازنة العامة وعوائد بث الإعلانات. لذا أخذت الحكومة الأردنية علـى عاتقهـا تـشغيل وامـتلاك المؤسسة التلفزيونية، فالتلفزيون الأردني منبثق من المجتمع الأردني من خلال القطاع العـام ومن المفترض أن يشكل كافة أفراد المجتمع بحيث يتعرف المشاهد على أخبار بيئتـه التـي يعيش فيها،وتفاصيل الأحداث ومجريات الأمور فيه، والأخبار والأحداث الهامة، حتى أخبـار الطرق وأحوالها، وجميع ما يخص المجتمع الأردني.(kai,1990,p33).

ويعتبر التلفزيون الأردني تلفزيون دولة، يعبر عن ضمير الوطن وهويته، وتطلعات أفراده، حيث يعمل على نقل وجهة النظر الأردنية إلى العالم، بما تحمله من أفكار وتطلعات ومبادرات لرفعة الأمة ونهضتها، مثلما يعمل على طرح تنوعات المجتمع الأردني والقضايا الأردنية. (الحديدي،2007،ص17)

ويقوم التلفزيون الأردني بالإضافة إلى ما ذكر، بحل قضايا أفراد المجتمع الأردني الخاصة والعامة وبث البرامج ذات الرسائل التوعوية المختلفة، وبرامج الثقافة العامة، والبرامج الترفيهية والبرامج الحوارية.

وفي مجال الخدمات الإخبارية، فقد تطور مفهوم دور التلفزيون المحلي الذي توضح من خلال النشرات الإخبارية ذات الشأن المحلي، حيث يعمد التلفزيون إلى ملاحقة الحدث، ويجمع خيوط الخبر، ويشير بموضوعية إلى الفجوات والإخفاقات، بالإضافة إلى النقلة النوعية التي يشهدها التلفزيون الأردني، من خلال إدخال مختلف التقنيات الحديثة على إعداد وتطوير البرامج، والتطور النوعي للبرامج بحيث تغطي مختلف أنواع العلم والمعرفة، وتناقش مختلف القضايا المحلية بجرأة ، بهدف خدمة أفراد المجتمع المحلي، إضافة إلى تطور الاهتمام بالبرامج الحوارية ذات الصلة المباشرة بأفراد المجتمع والجمهور المستمع (نصار ،2007،ص22)

نشأة وتأسيس التلفزيون الأردني:

اقتنع كبار المسؤولين الحكوميين في الأردن عام 1964، اقتناعاً تاماً، بأن المملكة الأردنية الهاشمية بحاجة إلى محطة للتلفزيون، تملكها الدولة وتسير شؤونها على أسس تجارية لتحقيق الربح، ولذلك أوفد مدير الإذاعة الأردنية عندئذ إلى الخارج ليتحقق من جميع النواحي الممكنة للاستثمار المطلوب، ومن الأمور الفنية المتعلقة بالمشروع وقد طلب إلى عدد من المؤسسات الاستثمارية المتخصصة في الإعلام التلفزيوني تقديم مخططات أولية للمشروع.

(جرار،1986، 41)

وفي 11 أيلول عام 1964 تقدمت إحدى شركات الإذاعيين الاختصاصيين بخطة لست سنوات، لتطوير وتوسيع التلفزيون الأردني، وبهذه الأثناء كانت نية الحكومة الأردنية قد اتجهت إلى تأسيس شبكة تلفزيونية، يكون للحكومة كامل ملكيتها، على أن تبقى نفقاتها

التأسيسية في أدنى الحدود المطلوبة، وأن يغطي البث التلفزيوني أكبر نسبة مئوية ممكنة من سكان المملكة، وقد تضمن الاقتراح الأهداف التالية:

- تأسيس محطة تلفزيونية في عمان خلال ثلاثة أشهر، تكون مهمتها توفير الحد الأدنى من البث التلفزيوني للعاصمة عمان.
- استعمال هذه المحطة الصغيرة كمركز تدريبي لموظفي التلفزيون الأردني.
- أثناء الاهتمام بالمحطة الأولى، يجري الإعداد لبناء محطتين في عمان والقدس، بشكل أكبر وبتسهيلات أكثر من المحطة الأولى.

لكن الحكومة الأردنية رفضت الخطة المذكورة، لأسباب تتعلق باتساع مداها ومدتها وأسباب أخرى كثيرة.

ثم تقدمت كثير من الشركات وعدد من التجار والمستثمرين الأردنيين (ممن أغراهم النجاح النسبي للتلفزيون التجاري اللبناني) إلا أن الحكومة لم تمنح هذه الشركات وهؤلاء الأشخاص التراخيص، بحجة أن برامجهم غير متجاوبة مع احتياجات الشعب.(نصار،2007)

ثم اتخذ مجلس الوزراء قراراً بإنشاء التلفزيون كمشروع حكومي، وفي 11 تموز من عام 1966، ترأس المغفور له الملك حسين رحمه الله، حفل وضع حجر الأساس لعمارة التلفزيون الأردني، والتي تقع على بعد ستة أميال جنوبي عمان، معلناً بداية العمل لإخراج تلفزيون أردني قادر على ترجمة رؤى الحكومة إلى الواقع .

وفي شهر شباط من عام 1968، أصبحت جاهزة لإجراء تجارب البث فيها، وتم القيام بحملة إعلامية، اشتركت محطة الإذاعة والصحف، لمدة ثلاثة أيام قبل يوم التجربة الأولى للبث، وفي السابعة من يوم 17 شباط عام 1968، ظهرت على شاشات التلفزيون أولى لوحات التجربة على أنغام السلام الملكي المواكبة لها، وكان على اللوحة العبارة التالية: التلفزيون الأردني قنال **3** من عمان. (نصار،2007 ،ص39)

وفي اليوم السابع والعشرين من نيسان عام 1968 تم الافتتاح الرسمي لمحطة للتلفزيون من قبل المغفور له الملك حسين بن طلال رحمه الله في حفل كبير. وفي شهر نيسان عام 1974 تحول البث العادي إلى ملون، وتم توسيع نطاق البث التلفزيوني عام 1975، بحيث أصبح

يغطي كافة أرجاء المملكة، وبث البرامج العامة لمدة ست ساعات يومياً، بما في ذلك نشرات إخبارية باللغتين الإنجليزية والفرنسية. (المرجع السابق،ص41) وبدأ التلفزيون الأردني بالتطور من سنة إلى أخرى إلى أن وصلنا إلى يومنا هذا.

وفي الآونة الأخيرة تم افتتاح قناة خاصة بالرياضة والتي سميت بالقناة الرياضية الأردنية،حيث بدأت بالبث بتاريخ 2012/5/4 .

وفي لقاء مع الدكتور داوود المناصير، المدير العام للقناة الأردنية الرياضية، أفاد بأن هذه القناة قي مشروع وطني رياضي يخدم قطاع الشباب، خصوصاً وأن المجتمع الأردني هو مجتمع فتي وشاب، حيث اعتبر أن هذه القناة هي قناة مساندة للقناة الأردنية الرئيسية، وداعمة للشباب الأردني بكل أطيافه. (مقابلة مدير القناة الرياضية الأردنية،2013)

أهداف التلفزيون الأردني وتطلعاته المستقبلية:

تتلخص أهداف وتطلعات التلفزيون الأردني،بالأهداف والتطلعات المناطة بالمؤسسات الوطنية المسؤولة عن تثقيف وتعليم أفراد المجتمع، بل دوره أهم من كل المؤسسات التعليمية الأخرى، وذلك لأن مشاهديه أكثر تنوعاً وعدداً. ولذلك كان واجب أن يكون كل ما يبث عليه في صالح أفراد المجتمع. (المرجع السابق،ص42)

وفي مقابلة أجريت مع مدير التلفزيون الأردني عطوفة السيد عارف الفايز تم الحديث فيها عن التلفزيون الأردني وعن أهم أهدافه وتطلعاته حيث قال أن من أهم الأهداف والتطلعات الحالية والمستقبلية للتلفزيون الأردني هو تقديم إعلام وطني يهدف غلى حرية التعبير والرأي باستقلالية وحرية مسؤولة، وكذلك ممارسة الأداء الإعلامي بحرفية وتميز ومسؤولية وذلك بالتعبير عن الوطن بكافة فئاته وأطيافه وعكس إرادته وتطلعاته، ومواكبة التطورات في مجال الاتصال والإعلام والإرتقاء بالمستوى الإعلامي، كما أن التلفزيون الأردني يسعى إلى ترويج قيم التسامح والاعتدال والتعددية، التي تمثل القيم الأردنية وغيرها الكثير من القيم، كما أكد

أهمية الحفاظ على الهوية الأردنية وذلك من خلال تسليط الضوء على الموروث الشعبي والاهتمام في الخبر والحدث المحلي والتوسع به.

ولفت عطوفة السيد عارف الفايز الانتباه إلى ايصال رسالة عمان عربياً ودولياً والاهتمام بدور الأردن في كافة مجالاته العربية والدولية.

وعند سؤاله عن برامج التلفزيون الأردني فقد قال بأن التلفزيون الأردني يسعى إلى تخصيص برامج هدفها المواطن الأردني أولاً وتحاكي واقعه واهتماماته والتفاعل مع اهتماماته أيضاً،والتنوع في البرامج والأخذ بعين الاعتبار المواطن وحاجاته ورغباته بكافة فئاته.

وتقديم البرامج القائمة على الحوار واحترام التعددية والرأي الاخر،وكذلك التنوع في البرامج الإقتصادية والسياحية وبرامج المبادرات لاستقطاب الاستثمارات والتخلص من ثقافة العيب والحد من البطالة من خلال المبادرات، مؤكداً على التنوع في البرامج شكلاً ومضموناً والتميز كذلك لاستقطاب الإعلانات التجارية والتواصل مع القطاعين العام والخاص.

أما بالنسبة للشباب فقد أكد على دعم الشباب من خلال البرامج الشبابية والترفيهية والفنية لدعم المواهب، حيث أن الشباب هم الشريحة الأكبر بطرح تطلعاتهم واهتماماتهم، وتحديث وتطوير برامج الأطفال لإثرائهم بمعلومات يشاركون بها، وإعطائهم فرصة الاعتماد على الذات حيث أنهم فئة في المجتمع لها دور أساسي للمستقبل وصناعته.

كذلك أكد مدير التلفزيون على أن من أهم التطلعات المستقبلية للتلفزيون الأردني هي تعزيز التبادلات البرامجية والإخبارية عربياً ودولياً.

موضحاً إلى المراجعة الشاملة لمتطلبات العمل من حيث المعيقات المادية والفنية والإنتاجية للتلفزيون، وذلك من أجل العمل على تطوير اليد ومنهجية عمل تواكب التغيرات والمستجدات الوطنية والإقليمية والدولية وتلبية رغبات الجمهور وحاجاته من خلال خطط مدروسة لترجمة الأهداف والرؤى والرسالة إلى واقع ملموس من حيث النوعية والمضمون والشكل والتحديث لمواكبة العصر والمستجدات في التطوير والتقدم على أسس منهجية وإبداعية ، ومصداقية في الطرح والتنوع والجودة في البرامج والإنتاج لتخدم رسالة الأردن الحضارية وتطلعاته المستقبلية في الإنجاز والتميز والارتقاء بالأداء الإعلامي المعاصر.

وذكر مدير التلفزيون الأردني، أن المؤسسة تحتوي على ستة استوديوهات مجهزة لكافة برامج التلفزيون.

وعند سؤال عطوفة مدير التلفزيون الأردني عن برنامج يسعد صباحك قال: أن هذا البرنامج مشاهد ليس فقط على المستوى المحلي بل أنه مشاهد على المستوى العربي بكافة أطيافه، وأنه يخدم الجاليات الأردنية في كل دول العالم وذلك من خلال تواصل المغتربين مع ذويهم في الأردن،كما أنه يعالج جميع القضايا الإنسانية، والاقتصادية والاجتماعية، وأنه يحاكي جميع أطياف المجتمع بكل فئاته العمرية والجنسية وخصوصاً الشباب، ويعالج قضايا أفراد المجتمع من ذوي الاحتياجات الخاصة وتقديم المساعدات العينية والمادية لهم، وهو برنامج حواري عائلي وأسري وشبابي.

كما أشار مدير التلفزيون إلى أهم البرامج التي تعرض على شاشة التلفزيون الأردني:

- برنامج يسعد صباحك.
- برنامج يوم جديد: برنامج صباحي منوع يحتوي على نشرة أخبار يليها أقوال الصحافة والنشرة الجوية وأحوال الطرق إضافة إلى العديد من الفقرات التي تتعلق بالصحة والزراعة والجمال والتغذية والرياضة، إضافة إلى فقرات التسلية ومتابعة النشاطات المؤسسية، يبث البرنامج يومياً ما عدا يوم الجمعة الساعة السابعة ولغاية العاشرة صباحاً وعلى الهواء مباشرة
- برنامج يحدث اليوم: (برنامج صباحي) حيث يهتم بأبرز القضايا على الساحة المحلية، من خلال قراءة شؤون المجتمع في الصحافة اليومية.
- برنامج ستون دقيقة: يبث على الهواء مباشرة الساعة 8 من مساء كل جمعة، يقدم نشرة إخبارية مفصلة، ويتابع القضايا السياسية والاقتصادية خلال الإسبوع التي تهم المجتمع.
- البرامج التنموية التثقيفية: مثل صحتك بالدنيا، فيكي الخير يا بلدنا، صوت الناس، جيشنا العربي، العين الساهرة، سواعد الإنقاذ، طريق السلامة، دليل المستهلك، من تراث الشعوب، تحت الضوء، شباب ومهن، بكرة إلنا، على الطريق، همزة وصل، لوحات تراثية، مرآة العالم.

- برنامج مال وأعمال: وهو برنامج اقتصادي يرصد أهم الأحداث الاقتصادية.
- برنامج آراء ومواقف: وهو برنامج سياسي
- البرامج المنوعة الترفيهية: سهرة الخميس من خلال استضافة فنانين عـرب ومحليـين، برنامج يا طير.
- البرامج الدينية: وهي التي تهتم بقضايا الإسلام، مثل برنامج (فاسألوا أهل الذكر)، آفاق إسلامية، الميزان، نفحات إيمانية ،خطبة وصلاة الجمعة.
- برامج وثائقية.
- الإعلان والترويج.
- برامج الأطفال: أحلى الأوقات. (مقابلة، مدير التلفزيون، 2013)

علماً بأن برامج التلفزيون الأردني تخضع لتقييم وإعادة نظر مستمرة من قبـل دائـرة البرامج في التلفزيون، وإعطاء الرأي، وتنفيذ السياسات والتغييرات حيث كان ضـرورياً، لتحسين خدمة المؤسسة، طبقاً للسياسة العامة للمؤسسة.(نصار،2007، ص44)

برنامج يسعد صباحك:

برنامج منوع يمثل إطلالة أردنية معبرة، ويحتوي على مجموعة من الفقرات واللقاءات ويغطي مجموعة من النشاطات ويحاكي الشأن الأردني اجتماعياً وجغرافياً. وهو نافذة صباحية أردنية يبث كل يوم جمعة من كل أسبوع من الساعة التاسعة صباحا وحتى الثانية عشر ظهرا ينقـل قصص نجاحات وطنية فضلاً عن فقرات اجتماعية وفنية وثقافية محلية وأجنبية مختلفة إلـى جانب الترويج للأردن سياحياً وثقافياً واقتصادياً ، ويتميز بالتنوع لاحتوائه على العديـد مـن الفقرات التي تلبي رغبة جميع المشاهدين كما أنه يركز على الجانب القيمي الإنساني والخيري من خلال تبنيه حملة إنسانية وخيرية شهرياً بالتعاون مع الجهات المعنية لإيجاد شراكة حقيقية بين مختلف الجهات المختلفة. ويسلط البرنامج الضوء كذلك على الانجازات التي تحققت فـي مسيرة الدولة الأردنية من أجل تعظيم الانجاز وخلق وعي شعبي بأهمية البناء والتطور علماً أن هذه الفقرة تجمع بين الأردن القديم والحديث ويعد برنامج يسعد صباحك الذي انطلق منـذ

19عاماً من أكثر البرامج مشاهدة على التلفزيون الأردني نظراً لما يتمتع به من مواصفات أكسبته الشهرة والنجاح بتركيزه على القيم الاجتماعية لدى الشباب الأردني، والهوية الوطنية والعادات والتقاليد الأردنية (مقابلة، مدير التلفزيون، 2013)

وفي مقابلة أجريت مع مقدمة برنامج يسعد صباحك الأستاذة لانا القسوس أفادت بأن برنامج يسعد صباحك بدأ يبث على التلفزيون الأردني منذ 18 سنة، وكان أول برنامج صباحي على مستوى الشاشات العربية،حيث تم إنشاء هذا البرنامج حتى يكون أول برنامج صباحي على الشاشات الفضائية العربية، وخصوصاً أنه لم يكن قبل 18 عام قنوات فضائية كما هو الحال في يومنا هذا.

وأكدت بأن برنامج يسعد صباحك هو عبارة عن برنامج يعنى بكل ما هو أردني، وكل ما هو منوع اجتماعي وثقافي أردني وعربي، وهو برنامج موجه للعائلة الأردنية، ولكل الأردنيين بكافة ألوانهم وأعمارهم.

وعند السؤال عن القيم المطروحة في برنامج يسعد صباحك أفادت لانا القسوس بأن هذا البرنامج مواكب لجميع الأحداث وخصوصا في ظل تطور الظروف التغيرات التي تحدث في الحياة اليومية، فإن برنامج يسعد صباحك يواكب الحدث سواء للشباب أو لأي قضية أخرى وخصوصاً أن الظروف والقيم والعادات قبل 17 عام عندما بدأ بث هذا البرنامج تختلف عما هو في الوقت الحالي، وبرنامج يسعد صباحك يتوجه لإعطاء الصورة الصحيحة والمعتدلة عن الشباب الأردني بشكل خاص وعن الأردنيين بشكل عام بما يتناسب والحدث الآن، كما أضافت بأن البرنامج يطرح القضايا السياسية الاجتماعية والقضايا الاقتصادية الاجتماعية كذلك مثل الاكتشافات والاختراعات التي تساعد على الاقتصاد المحلي وذلك من أجل إبراز الإبداعات الشبابية

(مقابلة، مقدمة برنامج يسعد صباحك،2013)

وفي مقابلة أجريت مع معد برنامج بسعد صباحك الأستاذ مأمون المساد أضاف بأن سياسة وفلسفة برنامج يسعد صباحك هي سياسة متقلبة مع جميع الأذواق والرغبات مثل الاقتصاد لكنه يكون برؤية يسعد صباحك غيرها الكثير من المواضيع السياسية والدينية ....

وأضاف كذلك بأن الرؤية المستقبلية لبرنامج يسعد صباحك هي أن يكون مواكب للحدث بكافة أنواعه، ومواكبة الرؤية الملكية الموجهة للشباب الأردني، وكذلك متابعة الشباب الأردني الطموح وما تم إنجازه من قبل الشباب الأردني وكذلك الشباب العربي.

كما نوه الأستاذ مأمون المساد إلى أن هناك خطة مستقبلية وهي التواصل المباشر مع الجاليات الأردنية في جميع الدول العربية والأوروبية وذلك لأن هذه الجاليات هي جزء من المجتمع الأردني ولهم الحق في التواصل مع مجتمعهم الأصلي.
(مقابلة، معد برنامج يسعد صباحك،2013)

وفي مقابلة أجريت مع مقدم برنامج يسعد صباحك للفقرات الميدانية الأستاذ حسن أبو عساف أضاف بأن برنامج يسعد صباحك هو برنامج اجتماعي وثقافي ومنوع يقدم بشكل حواري ، وأكد من خلال مقابلاته الميدانية لبرنامج يسعد صباحك بأنه من أكثر البرامج التي تسعى إلى توضح القيم الاجتماعية وإبرازها، وخصوصاً بأن المجتمع الأردني تحكمه كثير من العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية. (مقابلة، المقدم الميداني لبرنامج يسعد صباحك،2013)

وفي مقابلة أجريت مع مخرج برنامج يسعد صباحك الأستاذ فراس عبنده قال بأن هذا البرنامج هو أكبر وأشهر برنامج على مستوى الأردنيين سواء داخل الأردن أو خارجها، وأكد بأن هذا البرنامج هو من أساسيات التلفزيون الأردني.
مؤكداً على الجهود التي قدمتها المخرجة فكتوريا عميش رحمها الله لهذا البرنامج وأنها من المؤسسين لهذا البرنامج، وقد اعتبر زمن المرحومة فكتوريا عميش هو الزمن الذهبي لبرنامج يسعد صباحك.
وقال بأن الشعب الأردني يحب بساطة برنامج يسعد صباحك، وأن هذا البرنامج أصبح جزء لا يتجزأ من الأسرة الأردنية.
وأشار إلى أن برنامج يسعد صباحك قد بث ما يقارب 950 حلقة مباشرة، وقال بأن برنامج يسعد صباحك حاصل على ما نسبته 40%–45% من الإعلانات على مستوى القنوات التلفزيونية بشكل عام، وهذا دليل واضح على أن نسبة المشاهدة لهذا البرنامج عالية جداً.
(مقابلة، مخرج برنامج يسعد صباحك،2013)

البرامج الحوارية:

مفهوم البرامج الحوارية:

1- تعرف إيمان عز الدين محمد البرامج الحوارية بأنها البرامج التي يلتقي فيها شخصين أو أكثر لبحث موضوع معين وتناوله من جميع الجوانب، سواء اتفقت آراء المشاركين أو اختلفت، ويمكن ألا ينتهي الحوار إلى حل أو استنتاج أخير، ويترك الموضوع مفتوحا للمشاهدين فينتهوا إلى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة.(عبد اللطيف،2009، ص133)

2- ويعرف عادل عبد الغفار البرامج الحوارية بأنها البرامج التي تقوم على مفهوم المشاركة الجماهيرية من خلال مختلف وسائل الاتصال، وتجمع في تقديمها بين الأحاديث المباشرة والحوارات والمناقشات والمناظرات والتقارير المصورة، وتتجاوب مع الأحداث الجارية في المجتمع، وتعالج قضاياه بنوع من الجرأة في إطار أشكال فنية تتسم بالجاذبية الفنية.

3- هي قالب برامجي يقوم على حوار متنوع الموضوع "سياسي- ديني- رياضي- اقتصادي" أو ذات المضمون المحدد "ديني فقط، رياضي فقط، ... هكذا" يقدم لفئة معينة، بهدف تقديم وجهات النظر .

4- وتعرف البرامج الحوارية بأنها محادثة غير رسمية بين المضيف والضيف والجمهور، (Glynn,etal 2007,) أو النقاش أو طرح حلول القضايا أو إبراز حياة شخصية وخبراتها من خلال استضافة عدد من الشخصيات العامة أو المتخصصة. (دوابه،2005، ص219)

5- وترى جيلان عبد الرازق أن البرامج الحوارية أحد القوالب البرامجية التي تؤثر على حرية التعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر، وتعتمد على الحوار المباشر والتلقائي الذي يتم بالتفاعل فيما بين المتخصصين وقادة الرأي من جانب، والجماهير من جانب آخر، بما يحقق تناول جميع جوانب المشكلات والقضايا التي تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معينة.(شرف،2004، ص58)

6- وتذكر آمال حسن الغزاوي أن البرامج الحوارية اليومية Daily Talk Shows هي البرامج التي تتخذ أشكال إذاعية مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات، وتذاع على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع هذه القضايا ما بين "سياسية- اقتصادية- اجتماعية- نقابية- دينية-

مهنية....إلخ"، وتستضيف المسؤولين والمتخصصين والجمهور وتتيح له فرص المشاركة إما بالحضور داخل الاستديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية أو الاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو الإلكتروني لطرح آرائهم واستفساراتهم.(الغـــــــــزاوي،1993)

نشأة البرامج الحوارية:

1- نشأة البرامج الحوارية في الولايات المتحدة:

تطورت البرامج الحوارية في المجتمع الأمريكي باعتبار أن أمريكا أولى دول العـــالم التي اهتمت بهذه النوعية من البرامج.

حيث ظهرت البرامج الحوارية في أمريكا عام 1930م بـــالراديو ثـــم انتقلـــت إلـــى التليفزيون عام 1950م، فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حدثت تغييـــرات فـــي المجتمـــع الأمريكي ساعدت على نمو التليفزيون التجاري، فأخذ يستقي التليفزيون من الراديو الـــدراما، الكوميديا والبرامج الحوارية، وفي هذه الفترة أنشأت شبكتي NBC و CBS خدمة إخباريـــة تليفزيونية تتضمن برنامج حواري إخباري A News Talk Show، وأيضا ظهرت البرامج الترفيهية (أو التسلية) التي تتضمن حوار من خلال مقابلات غير رسمية مع الجمهـــور فـــي البرنامج، استمر هذا الدمج للبرامج الحوارية فـــي البـــرامج الترفيهيـــة، وبـــرامج الأطفـــال والمسابقات مع تطور التليفزيون ثم أصبحت البرامج الحوارية خلال هذه الفترة لها (أو تأخذ) شكلين هما:

أ- البرامج الحوارية الإخبارية News Talk Shows.

ب- البرامج الإخبارية المنوعة The Variety Talk Shows (Graham Scot,1996)

وكان أول برنامج في هذه الفترة قام بتقديمه الأمريكي "إدوارد أرموري" أحد أشهر الصحفيين السياسيين بتقديم برنامج "عالم صغير" Small World، كل يوم أحد وكان يقدم مـــن خلالـــه التحاليل الإخبارية والسياسية، ويستضيف العديد من الباحثين السياسيين لمناقشة نتائج الحرب

العالمية الثانية وقتها، ونجح البرنامج بشدة حتى صار يوم الأحد اليـوم الأساسـي والملائـم لإذاعة أغلب البرامج الحوارية السياسية التي تلخص الأحداث التي حدثت خلال الأسبوع.

(عبد اللطيف،2009، ص136).

وساهمت البرامج الحوارية في الانتخابات السياسية من خلال إذاعة حملات للمرشحين على الهواء وأيضا تناولت القضايا، والأحداث الجارية.(GrahamScot,1996)

وفي بداية الستينيات بدأت نوعية جديدة من البرامج الحوارية في الظهور وكانت تبث ليلا كأحد برامج السهرة ، وكان أولها برنامج السهرة the late show لمقدمه " بات كيني " وهو أحد أبرز الإعلاميين الأمريكيين ، وكان البرنامج من أنجح البرامج الحوارية ، والمعتمد على سمتي الحوار والكوميديا في التقديم في ذلك الوقت ، والذي ظل يقدمه لمـدة 40 عامـا بنفس موسيقاه وفقراته ومكان الاستوديو ، الأمر الذي أعطى البرنامج شعارا وسـمه مميـزة حفظها الجمهور عن ظهر قلب ، ومع نجاح البرنامج تتابعت من بعده برامج السـهرة التـي سارت على النهج نفسه واستمرت إلى الوقت الحالي ويعتبر برنامج السهرة مع جاي لينو the tonight show with jay leno وبرنامج السهرة مع دافيـد ليترمـان Show late with David Letterman (عبد اللطيف،2009، ص136) من أهم وأشهر تلك البرامج .

مع بداية الستينيات زاد اعتماد الجمهور على البـرامج الحواريـة فـي التليفزيـون للحصول على الأخبار، وزادت مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية المنوعة ، وفي نهاية السيتينات ظهرت البرامج الحوارية الإخبارية في توثيق الأحداث الجارية كإطلاق النار علـى مارتن لوثر والحملة الانتخابية لـ " ريتشارد نيكسون"، وأصبح البرامج الحواريـة مـصدراً للحصول على الأخبار وتحليلاتها لدى المواطنين في أمريكا وأصبح الجمهور يشاهد البرامج الحوارية الإخبارية أكثر من قراءة الصحف .

وفي السبعينيات أصبح المحتوى والشكل للبرامج الحوارية أكثر واقعية فاعتمدت على القضايا والمشكلات الاجتماعية، وقد تم تناول مشاكل الطبقة العاملة وأيضا التغير الآخر هو ظهـور المرأة في البرامج الحوارية التي تخاطبها، ويعد فيل دوناي Phil Donahue رائد في مجال البرامج الحوارية النسائية.(Graham Scot,1996)

وظهرت نوعية جديدة من البرامج الحوارية أطلق عليها اسم "البرامج الحوارية الشعبية" وأول من قدمها الإعلامي "فيل دوناي" ببرنامجه الذي يحمل اسمه، واعتمدت هذه النوعية من البرامج على كسر التابوهات والحديث المألوف فخاضت في كل الأمور الحياتية بما فيها الفضائح والجنس والتحرش وكافة سلبيات المجتمع وإيجابياته دون التمسك بحدود وإطار المواضيع المقدمة.(عبد اللطيف،2009، ص136)

وفي نهاية السبعينات وبداية الثمانينات انقسم التليفزيون إلى نوعين "تليفزيون تجاري" وآخر "غير تجاري حكومي"، ويعد الأخير مصدرا مهما للمعلومات والبرامج التعليمية والبرامج الحوارية الجادة Serious Talk Show، ولكنها كانت تعاني من مشاكل التمويل، بينما في التليفزيون التجاري اتجهت البرامج الحوارية إلى تقديم المعلومات،(شرف،2004، ص62)، واتسمت البرامج الحوارية بالتوجه إلى الجمهور الذين تتراوح أعمارهم ما بين "18- 49" عاما وخاصة المرأة، وتميزت البرامج الحوارية بالإيقاع السريع وزيادة المشاركة الجماهيرية، وتعد "ريكي ليك" Riski Lake رائدة في هذا الأسلوب،(Graham Scot,1996,p.27)

وتلك الفترة أيضا اتسمت البرامج الحوارية بالاعتماد على الترفيه والتسلية وازدادت شعبية هذه البرامج حيث اعتمدت على تناول بعض الأحداث اليومية وخلطت ما بين الأخبار والتسلية ولذلك أطلق عليها "برنامج الواقع Reality Programs".

وظل برنامج "دوناوي" الذي قدمه في السبعينيات يحقق نجاحا كبيرا دون أي منافسة إلى عام 1986م حين قررت الإعلامية الشهيرة "أوبرا وينفري" أن تقدم برنامجا آخر يحمل اسمها Oprah من نفس الفئة الشعبية،(عبد اللطيف،2009، ص137)، حيث يعد عام 1987م بداية تليفزيون الإثارة،(Shttuc,1997,p.14)، وحيث إن الإثارة طبيعة برامج الحوار كما صرح سكاردينو Scardino، فقد قامت البرامج الحوارية بنقل عادات صحافة الإثارة إلى التليفزيون، وفي هذه الفترة أصبحت البرامج الحوارية أكثر إثارة، وزادت فيها نبرة المواجهة، والإيقاع السريع، وقدمت اعترافات شخصية للضيوف والجمهور، وكأن الناس يبحثون عن دعم وحلول لمشاكلهم وقضاياهم من خلال شاشة التليفزيون، (شرف،2004، ص62).

إلا أن برنامج "أوبرا" استطاع التغلب على برنامج "دوناي" بالقضايا التي عرضتها "أوبرا" والتي اعتمدت فيها على صدمة المشاهدين بالحديث عما هو مسكوت عنه، فناقشت تواجد الديانة اليهودية في العالم والعنصرية لذوي البشرة السمراء واعترفت على الملأ

بالتحرش الجنسي الذي تعرضت له وهي صغيرة، ولم تكتف أوبرا بعرض القضايا الساخنة، وإنما أضافت لها حلولا متنوعة من علماء النفس والمتخصصين، استطاعت أن تكتسب ضعف شعبية "دوناي" وهو الأمر الذي سلط الضوء على هذه النوعية من الحوارات التي أصبحت تحقق شهرة أعلى من البرامج المعتادة، بالإضافة إلى قربها الشديد من الحياة الواقعية للجمهور المشاهد،(عبد اللطيف،2009، ص137).

في التسعينيات اعتمد التليفزيون على بث أشكال البرامج الحوارية التي كانت موجودة في الثمانينات،(M.Timberg,2002)، والتي افتقرت إلى السياسة وأكدت على الترفيه والتسلية، ومعظم مقدميها تزيد أعمارهم عن الأربعين وهم من الذين استفادوا من تجربة ريكي ليك Ricki Lack، حيث تحولوا إلى برامج حوارية أكثر شبابية وحيوية، مع زيادة المشاركة الجماهيرية(M.Timberg,2002,p.175-176).

أما في منتصف التسعينيات زادت البرامج النهارية التي تعتمد على المشاركة الجماهيرية وأصبحت صناعة تقدر بمليارات الدولارات، ومع التوسع في البرامج النهارية والبيئة التنافسية الجديدة حفزت ظهور موضوعات الصحافة الشعبية والإثارة بهذه البرامج، مما أدى إلى تعرضها إلى الكثير من النقد من قبل العديد من المؤسسات مما اضطر المعلنين وشركات التوزيع لوضع قيود عليها(M.Timberg,2002,p178). حيث أنه في عام 1991 بدأت برامج أخرى تعتمد على الإثارة في الظهور فقدم الإعلامي "جيري سبرينجر" برنامجا يحمل اسمه وتتم إذاعته، وقام الإعلامي "جيني جونز" أيضا بتقديم برنامجا آخر من النوعية ذاتها توقف عام 2003، وغير ذلك الكثير من البرامج الحوارية التي لاقت نجاحا كبيرا.

وفي عام 1996، لم يعد من الممكن التوقف عند تقديم القضايا الساخنة والدرامية بشكل ما فقط فكان لابد من الخروج عن بعض النمطية، ليبدأ المعدون في إضفاء المرح على البرامج، فظهر "البرنامج اليومي للإعلامي "كريج كيلبورن" والذي ظل يقدمه إلى عام 1999 ثم قدمه من بعده الإعلامي "جون سيتوارات" إلى الوقت الحالي.

وتنوعت بعد ذلك البرامج الحوارية إلى أكثر من شكل فمنها ما هو نفسي صحي مثل برنامج "دكتور فيل" الذي يتخذ من الحوار قالبا أساسيا لعرض مشاكل نفسية في المجتمع الأمريكي وكيفية حلها ومنها برنامج "مارثا سيتوارات" و "راتشيل راي" اللتين تستخدمان الحوار لتقديم وصفات الطعام بشكل أكثر تفاعلا، وغير ذلك الكثير من البرامج الحوارية التي تحاول أن تجد لها أسلوبا فريدا وترفيهيا، ولازال الإعلام الأمريكي يحاول التجديد في هذه النوعية من البرامج يحتل الصدارة أو المكانة الأولى في البرامج الحوارية في العالم.

2- نشأة وتطور البرامج الحوارية في الإعلام العربي:

يؤرخ لظهور البرامج الحوارية في القنوات العربية ببث برنامج "على الهوا" والذي قدمه الإعلامي "عماد الدين أديب" من خلال شبكة أوربيت، والذي استعار أسلوب "لاري كينج" من خلال تناوله لمجريات الأحداث العربية وتغطية أنشطة الرؤساء والزيارات الرسمية والصراع العربي الإسرائيلي، وتمتع هذا البرنامج بجمهور الصفوة ذات المستوى الاقتصادي الرفيع نظرا لأنه يبث على قناة مدفوعة الأجر، ويمثل هذا البرنامج الفترة الأولى لظهور برامج الحوار في العالم العربي.

وتمثلت الفترة الثانية لظهور البرامج الحوارية في التليفزيون العربي بفترة ظهور قناة الجزيرة التي تعددت فيها برامج الرأي والبرامج الحوارية السياسية وغيرها، حيث أعطت هذه القناة فرصة للمواطنين العرب والإعلام العربي لإيصال صوتهم على المستوى العالمي في محاولة من القناة لتغيير الصورة النمطية المنتشرة في الغرب عن العرب والتي تكون في أغلب الأمور صورة سلبية تكمن في كونه إرهابي، قاتل الأطفال، متخلف ثقافيا. ثم توالت بعد ذلك القنوات مثل قناة MBC، وقناة أبو ظبي وغيرها.(عبد اللطيف،2009، ص135-138)

خصائص وسمات البرامج الحوارية:

تعتبر البرامج الحوارية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الأردن والعالم العربي، ولها العديد من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من البرامج، وتتبلور في:

1- الحالية.

2- الإثارة.

3- ارتفاع نسبة المشاهدة.

4- تنوع الجمهور المستهدف.

5- التفاعل مع المشاهد.

6- البرامج الحوارية كسلعة أو منتج وذلك من خلال المعلنين والمنتجين.

7- المصداقية وحرية التعبير.

ومن خلال ما سبق يتضح أن البرامج الحوارية تعتبر أحد الأشكال البرامجيــة التــي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تسهم في بناء هذا القالب البرامجي الذي يتمتع بالمــصداقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية لا يستهان بها في التأثير على القيم الاجتماعية والرأي العام.

ايجابيات وسلبيات البرامج الحوارية:

إيجابيات البرامج الحوارية:

أ- إمداد الفرد بالمعلومات عن الأحداث الجارية ومختلف القضايا، فأصبح الفرد الآن يعتمــد على البرامج الحوارية في التعرف على ما يحدث داخل المجتمع من أحداث، والمشكلات والقضايا التي يعاني منها المجتمع، بل أنها لا تقف عند حد الإخبار ولكنها تقوم بالتحليل والتفسير لجوانب القضية أو الحدث,(العبد،2006،ص10).

ب- طرح مختلف الآراء ووجهات النظر اتجاه مختلف القضايا والأحداث، وذلك من خــلال الخبراء والمتخصصين في الموضوع محور النقاش مما يساعد الأفراد على تكــوين رأي صائب اتجاهها وبالتالي سيسهم في تشكيل الرأي العام في المجتمع.

ج- تعد منبراً يقوم من خلالها الأفراد بالتعبير عن آرائهم ومــشكلاتهم وإيــصال صــوتهم للمسؤولين.

د- الكشف عن السلبيات التي توجد داخل المجتمع وذلك يعمل علــى تنــوير الــرأي العــام والمسؤولين الحكوميين مما يسهم في إيجاد حلول لها.

هــ- إثراء النقاش الاجتماعي حول الأحداث والقضايا والمشكلات التي توجد داخل المجتمــع من خلال توفير خلفية معلوماتية عنها للجمهور مما يسهم في الحراك المجتمعي واستثارة الرأي العام.(نفس المرجع،ص 10-11)

سلبيات البرامج الحوارية:

أ- الإثارة المبالغ فيها في تناول الموضوعات لجذب الجمهور للبرنامج وعدم وجود ضوابط تحكمها.

ب- إبراز بعض القضايا في مكان الصدارة وإعطائها قدراً كبيراً من الأهمية على حساب قضايا أخرى ذات أهمية أكثر وذلك بهدف الإثارة.

جـ- الاعتماد في بعض البرامج الحوارية على مقدمي برامج غير مؤهلين إعلاميا بدرجة تمكنهم من التعامل مع هذه النوعية من البرامج.

د- عدم التزام الضيوف بآداب وقواعد الحوار أحيانا وتدني مستوى الحوار وتحول البرنامج إلى ساحة للعراك الكلامي فيما بين الضيوف، مما يؤدي إلى إصابة المشاهد بالحيرة، ويمكن أن ينصرف عن متابعة البرنامج (العبد،2006،ص12).

هـ- اتجاه بعض البرامج إلى إلهاء الجمهور في خلافات شخصية وأشياء عبثية تماما لا تفيده.

و- المساهمة في تكوين صور ذهنية سلبية لدى أفراد الجمهور الأردني عن أنفسهم وحكوماتهم ومشكلاتهم، وكذلك لغير الأردنيين في الدول الأخرى.

ز- عدم التوازن في تناول الموضوعات السلبية والإيجابية والتركيز على السلبيات أكثر، ولذلك فإن هذه البرامج عليها أن توضح الإيجابيات الموجودة داخل المجتمع بصورة أكبر.

ح- إعطاء قدر كبير من المعلومات وعرض المشكلات وقضايا كثيرة يؤدي إلى إصابة المواطن بالسلبية، فيجد نفسه أمام هذه المشكلات عاجز وغير قادر على التغيير مما يصيبه على المدى الطويل باللامبالاة.

ط- كذلك فإن تلك البرامج تصيب الشباب على وجه التحديد بالشعور بالإحباط نتيجة ما تبثه تلك البرامج من مشكلات اجتماعية تمثل عقبات أمام الشباب في المستقبل مما يجعله يفقد الأمل ولا يتفاعل بالمستقبل ومثال ذلك البطالة لدى الشباب الجامعي. (نفس المرجع،ص12).

الاعتبارات التي يجب أن تراعيها البرامج الحوارية في معالجتها للقضايا:

1- النزاهة والصدق، فلابد أن يكون الضيف على علم بأنه لا مكان للتحريف والتشويه في البرنامج.
2- لابد أن تقوم البرامج الحوارية بمساعدة ضيوفها وجمهورها على اكتساب المعرفة وحل المشكلات التي تواجههم.
3- الاعتماد على المتخصصين والخبراء في مجال القضايا التي تطرح للنقاش في البرنامج انطلاقا من المسؤولية المهنية، وذلك من خلال إبراز المستشارين والمعالجين والفنيين المدربين والخبراء.
4- مراعاة المسؤولية المهنية في معالجة القضايا الاجتماعية بطرحها بدون إثارة إعلامية.
5- لابد أن يراعى في البرامج الحوارية أن الأطفال يمكن أن يشاهدوا هذه النوعية من البرامج التي أنتجت بأسلوب يناسب جمهور الكبار، ولذلك فلابد أن نجعل المضمون يناسب الأطفال وفي الوقت نفسه مناسب للعرض اليومي. (المصري،2008)
6- قيام البرامج الحوارية بالتوعية المجتمعية من خلال القيام بربط الجمهور مع الموارد الرئيسية في مجتمعاتهم المحلية، باعتبار هذه البرامج تعتبر بمثابة مركز لتبادل المعلومات القوية التي ليست متاحة بسهولة في مكان آخر.
7- إبراز الموضوعات التي تعكس جوانب إيجابية في المجتمع، وعدم الاقتصار أو التركيز على الجوانب السلبية فقط في المجتمع، فضلا عن تناول القيم التي تدعم الانتماء للمجتمع.

8- قيام البرامج بتناول الحلول للقضايا المجتمعية التي تطرحها للنقاش، وعدم الاقتصار على عرض الموضوعات فقط (Lowney,1999,p.6)

- تأثير البرامج الحوارية :

تعتبر البرامج الحوارية أحد الأشكال البرامجية التي لها تأثير كبير على الجمهور الأردني من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية , فتعتبر أداة فاعلة في تشكيل الرأي اتجاه مختلف القضايا والأحداث وذلك من خلال ما يلي:

- تثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة ، فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل المساواة وحقوق المرأة وانتخابات مجلس الأمة.

تعتبر البرامج الحوارية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع , فتكشف السلبيات داخل المجتمع , وأحياناً تساعد على حل هذه المشكلات, فمنتجو ومذيعو هذه البرامج لديهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع كما أن الجمهور لديه القدرة على اختيار ما يريد أن يشاهده(Graham Scot,1996,p.7)، ولا تكتفي بذلك ولكنها تجعل الجمهور يدرك أبعاد وجوانب هذه القضايا والأحداث من خلال تحليلها وتفسيرها بطرح مختلف الآراء, وبالتالي يتشكل لديهم اتجاهات حول هذه القضايا.

- تعد البرامج الحوارية صوت الشعب , فمن خلالها يعبر الأفراد عن آرائهم ويصل صـــوتهم إلى المسؤولين وهذا له تأثير على المستوى السياسي والاجتماعي داخل المجتمع .
- يرى علماء الإعلام والاجتماع أن البرامج الحوارية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي والترفيهي من خلال مضمونها المتنوع , وبالتالي أصبحت احد العوامل المؤثرة في تشكيل القيم والأفكار.(النمر،2004)

- تأثير البرامج الحوارية على القيم الاجتماعية للشباب:

تتناول البرامج الحوارية مختلف المضامين الإعلامية للقضايا والأحداث الجارية في قالب يتسم بالحيوية والواقعية والمصداقية ، فتجذب الشباب لمشاهدتها بهدف الحصول على المعلومات ومتابعة القضايا والأحداث الجارية وبالتالي فإنها تؤثر على قيمهم وخاصة القيم الاجتماعية وذلك ينعكس بدوره على اتجاهاتهم وسلوكهم حول مختلف الموضوعات التي تعرضها هذه البرامج . فتقوم البرامج الحوارية بإكساب الشباب قيماً اجتماعية جديدة أو تدعيم قيم موجودة لديهم أو تغيير قيم بأخرى جديدة ، وهذا يجعل لها تأثيراً خطيراً على منظومة القيم الاجتماعية للشباب (الدسوقي،2009)، وذلك من خلال ما تعرضه من مضامين إعلامية تتناول مختلف القضايا والأحداث الجارية ، ولا تكتفي بذلك ولكنها تقوم بتفسيرها وتحليلها من كافة جوانبها ، وتعتمد على استضافة الخبراء والمتخصصين بها وعرض مختلف وجهات النظر لتوضيح كافة أبعادها وبالتالي فإنها تؤثر في تشكيل الشباب لآرائهم ووجهات نظرهم باتجاه مختلف القضايا وهذا يؤثر بدوره على ما يتبنوه من قيم وبالتالي على اتجاهاتهم وسلوكهم. وتؤثر البرامج الحوارية كذلك على تشكيل الاتجاهات وتغييرها من خلال ما تقدمه من معلومات عن مختلف الموضوعات ، وأيضاً تؤثر على السلوك الذي يتبناه الفرد وتغييره ، وذلك نتيجة لقناعته

وتأثره بوجهة نظر المتحاورين في هذه القضية ومن خلال هذا يتشكل لديه رأي خاص به حول مختلف الموضوعات ثم يتشكل رأي عام للجمهور (عبد اللطيف،2009، ص146).

ومن جانب أخر تتيح هذه البرامج مشاركة الجمهور سواء داخل أو خارج الاستوديو، وبالتالي فيجد الشباب بها منبرا للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ، حيث أنهم في الواقع لا يجـــدون مـــن يسمعهم ويحترم ما يقولون ، ولذلك فإنهم يقبلون على هذه البرامج باعتبارها وسيلة ليـــشعر الشباب بأن رأيه يمكن أن يصل للمسئولين .

الدراسات السابقة:

1- دراسة عبد الفتاح إبراهيم محمود عبدالنبى1987"دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على توجهات مضمون الرسائل الصحفية، وما إذا كانت تلك الرسائل تعمل على التغيير القيمى، وتقييم فاعلية الصحف اليومية وكفاءتها التأثيرية في منطقة تجمع بين السمات الحضرية والريفية على القيم الاجتماعية لدى الأفراد في هذه المنطقة، باستخدام أدوات (استمارة تحليل المضمون، المقابلة، الملاحظة، استمارة الاستبيان) بالتطبيق على عينة قوامها (390) مفردة يمثلوا مختلف فئات القراء بمنطقة السنطة التي أجريت فيها الدراسة الميدانية ، في إطار منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود اتساق فيما بين ترتيب أولويات القيم الاجتماعية عند القائم بالاتصال والمنتج الصحفي المثار على صفحات الصحف كما يكشف عنه تحليل المضمون، فبينما حظيت قيمة الحرية بالأهمية المطلقة لدى القائم بالاتصال توارت هذه القيمة على صفحات الصحف لتحتل المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، يميل المضمون الصحفي إلى التغيير أكثر ما يميل إلى التدعيم في القيم التي ترتبط بالجوانب المادية في الحياة الاجتماعية، كلما اتفق مع رؤية الجمهور لهذه القيم، كانت قدرة الصحف على التأثير أكبر في هذه القيم.

2-دراسة جينو ودومينيك Jin Woo & Dominick 2001 " البرامج الحوارية النهارية وتأثير الغرس بين الطلاب الأمريكيين والدوليين:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على مدى تأثير التعرض للبرامج الحوارية النهارية بالتليفزيون على غرس الاتجاهات السلبية للعلاقات الشخصية فيما بين الطلاب الأمريكيين والطلاب الدوليين, باستخدام أداة الاستبيان , بالتطبيق على 320 مفردة من الطلاب الأمريكيين, وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب الدوليين من خلال تعرضهم للبرامج الحوارية النهارية بالتليفزيون أكثر تأثرا بفرس الاتجاهات السلبية من الطلاب الأمريكيين.

3-دراسة زكريا عبد العزيز 2002"التليفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على أثر مشاهدة بعض البرامج التليفزيونية على القيم الاجتماعية لدى طلبة وطالبات المرحلة الثانوية ومرحلة التعليم الجامعي بالريف والحضر، بالتطبيق على عينة قوامها 1200طالب وطالبة ، بواقع 400 بالمرحلة الثانوية و 800بمرحلة التعليم الجامعي، باستخدام أداة استمارة الاستبيان ، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين القيم الاجتماعية لطلبة الريف بالكليات النظرية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية في قيم (المشاركة الاجتماعية-الأمانة-الالتزام) بينما لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيا في قيم (التعاون-الولاء-الإيجابية-المسؤولية الاجتماعية-تقدير العمل-الاحترام- تقدير الوقت) ودرجة مشاهدة التليفزيون. وتبين جود علاقة ارتباط موجب ودال إحصائيا بين درجة مشاهدة طلبة الريف بالكليات العملية للتليفزيون والقيم الاجتماعية لديهم ، عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين قيم (الولاء-المشاركة الاجتماعية – الإيجابية -الأمانة-المسؤولية الاجتماعية-تقدير الوقت-الالتزام-المجموع الكلى للقيم) لدى طلبة الريف الذين يدرسون بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية, وجدت علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائيا بين القيم الاجتماعية لطالبات الريف بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهن لبرامج الإذاعة المرئية في قيمة الوقت،وتبين عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين القيم الاجتماعية لدى طالبات الريف بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهن لبرامج التليفزيون في قيم(التعاون-الولاء-المشاركة الاجتماعية-الإيجابية-الأمانة-المسئولية الاجتماعية-تقدير العمل-الاحترام- الالتزام-المجموع الكلى للقيم) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين درجة مشاهدة برامج التليفزيون وقيم (التعاون-المسؤولية الاجتماعية- تقدير العمل-الاحترام-تقدير الوقت-الالتزام) لدى طالبات الحضر بالكليات النظرية،عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين قيم(الولاء- المشاركة الاجتماعية-الإيجابية-الأمانة) ودرجة مشاهدة برامج التليفزيون،عدم وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائيا بين قيم (التعاون-الولاء-المشاركة الاجتماعية-الإيجابية-الأمانة-المسؤولية الاجتماعية-تقدير العمل- الاحترام- تقدير الوقت-المجموع الكلى للقيم)ودرجة مشاهدة برامج التليفزيون لدى طلبة الحضر بالكليات العملية ودرجة مشاهدتهم لبرامج الإذاعة المرئية في جميع القيم الاجتماعية.

4-دراسة منى كشيك2003"القيم الغائبة في الإعلام":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على مصفوفة القيم المتضمنة في برامج الأطفال،أثر الكوكبية على القيم التي تقدم للأطفال من خلال برامجهم موضع الدراسة،تقديم رؤية نقدية للقيم المتضمنة في برامج الأطفال عينة الدراسة ،تقديم تصور لأهم القيم التي يجب تضمنيها في برامج الأطفال وتؤخذ بعين الاعتبار من قبل المختصين في التليفزيون، وتقديم آلية لتنمية القيم التي تساعد في التعامل الإيجابي مع التغيرات الكوكبية والمجتمعية بالتطبيق على عين عشوائية من البرامج الموجهة للأطفال في المرحلة العمرية من (9-12سنة)،على القناة الفضائية المصرية،وتتمثل هذه البرامج في (أول خطوة - المدائن العلمية - حواديت - عالم الأطفال شقاوة التماسيح - فتيان نينجا - غاية الأصدقاء- صحصح- فتى العرب - زينة ونحول - بدر البدور)،في إطار المنهج الوصفي والنقدي،باستخدام أداتي تحليل المضمون والمقابلة، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج عرضت مجموعة من القيم الاجتماعية كالتالي (التعاون-التسامح-العدل-الصداقة) جاءت في المركز الأول بنسبة (31,4%) يليها القيم العقلية بنسبة 8,29%،وبعد ذلك جاءت القيم الأخلاقية التي ينبغي أن يتحلى بها الطفل بنسبة7,28%،والقيم الوجدانية بنسبة 5,27%،والقيم الجمالية بنسبة2%،أما القيم السياسية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة1,25%،كما عرضت البرامج مجموعة من القيم الإيجابية التي يمكن للطفل اكتسابها من خلال برامجه ويضيفها إلى إطاره المرجعي لسلوكه وتصرفاته مع الآخرين في المجتمع فقد جاءت قيم الصداقة والنظافة والاعتماد على النفس، الجمال(الشعر-الموسيقى) احترام النظام والتواضع، الحب، التسامح، التعاون، التفكير السليم، اكتساب المعرفة، تنمية القدرات، العدل، الإنجاز، وعلى الجانب الآخر فإن عدداً من البرامج المستوردة التي أظهرت لدينا بعض السلوكيات السلبية ومنها العنف، السلوك العدواني تجاه الآخرين والنفس، الإثارة التي تخاطب الغرائز النفسية للطفل، الكسل، عدم احترام الآخرين، طمع الإنسان.

5-دراسة جينو ودومينيك Jin Woo & Dominick 2003 " التثاقف الثقافي والبرامج الحوارية النهارية":

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على ظاهرة التثاقف الثقافي التي تعني الثقافة التي تنقل للأفراد من ثقافة فيما بين طلاب الجامعة الدوليين، وذلك من خلال دراسة العلاقة فيما بين مستويات التثاقف ومشاهدة البرامج الحوارية النهارية والمعتقدات حول الواقع الاجتماعي الأمريكي، بالتطبيق على عينة قوامها (143) مفردة من الطلاب الدوليين بأكبر جامعة بجنوب شرق الولايات المتحدة، ومقسمة بالتساوي بين (الذكور والإناث)، باستخدام أداة الاستبيان، في إطار منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب الدوليين الذين يشاهدون بكثافة البرامج الحوارية النهارية وسجلوا قياساً منخفضاً في مستوى التثاقف عن الولايات المتحدة الأمريكية لديهم تصورات واتجاهات أكثر سلبية عن المجتمع الأمريكي.

6-دراسة كواك Kwak 2004 "العلاقة بين مشاهدة البرامج الحوارية التليفزيونية الترفيهية والمشاركة السياسية بين الشباب":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية والمسائية في المشاركة السياسية لدى الشباب، باستخدام الاستبيان عن طريق الهاتف للشباب الناخبين، وتم اختيار العينة عشوائياً في المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين (18- 24) سنة على عينة قوامها 600 مفردة من الشباب الأفريقي (الأمريكي واللاتيني)، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية الترفيهية لها دور في المشاركة السياسية للشباب من خلال قيامها بإجراء مناقشات سياسية خاصة البرامج الحوارية المسائية أو في فترة السهرة وأيضا التفاعل السياسي والثقة السياسية، إمكانية قيام الشباب بالتصويت في الانتخابات، ومن ناحية أخرى فإنها يمكن أن يكون لها تأثير سلبي على المشاركة السياسية لدى الشباب وذلك من خلال تدعيم عدم الفعالية والثقة السياسية لدى الشباب اعتبارها مصدر الفهم القضايا والأحداث لدى الشباب مما يؤدي إلى عدم قيام الشباب بالمشاركة السياسية.

7-دراسة رباب الحسيني 2005 "قيم الشباب: الاتجاهات في فرنسا خلال عشرين عام":

تستهدف الدراسة التعرف على قيم العمل والأسرة لدى الشباب، خاصة وإن الدخول إلى عالمهم لم يعد ميسرا كما كان الحال فيما سبق، باستخدام تصميم استبيان يعتمد على عدد من المؤشرات التي تتسم بدرجة عالية من الكفاءة يمكن أن يكفلها توافر المعلومات الدقيقة المحققة، في إطار منهج المسح، بالتطبيق على عينة قوامها ما يقرب من 1250 فتى وفتاة موزعين على سنوات الدراسة ففي عام 1981 بلغت العينة 456 مفردة وفي عام 1990 كانت العينة 279 شخصاً، وفي عام 1999 كانت حجم العينة 516 شخصاً، وشملت العينة شباب من الشريحة العمرية من (18- 29) عاماً، وتوصلت الدراسة إلى أن العمل ما يزال يمثل قيمة كبيرة، بل إن قيمته تزداد مع محدودية فرص العمل، إلا أنه يظل قسمة محورية في تصاعد مستمر، غير أن الجديد الذي كشفت عنه الدراسة يتعلق بأن معنى قيمة العمل تغير، فلقد حدث صعود لقيم ترتبط بزيادة التوقعات والمتطلبات التي يجب أن يوفى بها العمل، فيما بين الأعوام 1981 إلى 1990 كانت متطلبات الشباب للعمل مرتبطة بقيم تحقيق الذات والاهتمام والمسؤولية والإحساس بالنجاح، وأن دراسة عام 1999 شهدت تصاعداً لقيم مادية ترتبط بالمرتب وساعات العمل وقيمة التأمينات، كما أشار بعض الشباب إلى أنهم لا يعتبرون أن تكون لهم أوقات يحققون ذاتهم من خلالها، أما عن قيم الأسرة فقد احتلت مكانة هامة بنسبة 85% لقيم الأسرة مقابل 68% لقيم العمل.

وقد أظهر البحث أن اتجاهات الشباب نحو أسرهم تتميز بدرجة عالية الثبات وذلك على مدى العشرين عاما، وهو ما عبر عنه بعبارات الاحتياج والعاطفة.

8-دراسة إيمان عز الدين محمد دوابه 2005 "دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام":

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على الأهمية التي تعطيها البرامج الحوارية وإعلانات التوعية لكل قضية من قضايا الطفولة ودورها في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام المصري، بالتطبيق على عينة من البرامج الحوارية الأكثر تناولا لقضايا الطفولة بالقناتين الأولى والثانية وهي (صباح الخير يا مصر، مساء الخير، دنيا، مع العيلة، ماسبيرو،

لو بطلنا نحلم، حوار مع الكبار، مجلة المرأة، كتالوج) وعينة إعلانات التوعية التي تمثلت في: (البنت المصرية، مبادرة تعليم، لا لختان الإناث، اقرأ لطفلك، إعلانات التغذية، رعاية الطفل اليتيم، رعاية الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة، التبرع لأطفال مرضى السرطان، التطعيم ضد مرض شلل الأطفال) وبالتطبيق على عينة طبقية عشوائية للرأي العام من 18 سنة فأكثر وبلغ حجمها 400 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث والحضر والريف بمحافظتي الدقهلية والشرقية بواقع 200 مفردة بكل محافظة، في إطار منهج المسح، باستخدام أداتي صحيفة الاستقصاء وصحيفة تحليل المضمون والتي تشمل صحيفتي تحليل مضمون البرامج الحوارية وإعلانات التوعية ومقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أنه تمثلت أجندة اهتمامات البرامج بالقضايا الرئيسية في سبع قضايا جاءت بالترتيب التالي للقضايا (اجتماعية- تعليمية- ثقافية- صحية- اقتصادية- نفسية- رياضية)، أو أكثر القوالب الحوارية التليفزيونية المستخدمة في البرامج عينة الدراسة قالب "حوار داخل الاستوديو بين مذيع وضيف" وذلك بنسبة 43,2%، أكثر أساليب التقديم التي اعتمدت عليها البرامج في تقديم مضمونها هو أسلوب "المادة الكلامية فقط" وذلك بنسبة 71,9%، بلغت نسبة عرض قضايا الطفولة بالبرامج الحوارية بنسبة 72,4% من حيث طرحها بأسلوب مباشر في مقابل 27,6% من حيث طرحها بأسلوب غير مباشر، تمثلت أكثر القوالب العينة التي استخدمتها إعلانات التوعية لطرح قضايا الطفولة في قالب الحديث المباشر وذلك بنسبة 40,0%، ارتفاع نسبة مستوى مشاهدة التليفزيون المصري بين عينة الدراسة حيث تصل نسبة المشاهدة أحيانا إلى 49,8% ونسبة المشاهدة بصفة دائمة (25,5%) ونسبة المشاهدة نادراً 24,8%، يعتمد المبحوثون للحصول على معلومات عن قضايا الطفولة على البرامج الحوارية بنسبة 38,6% ثم إعلانات التوعية بنسبة 31,2%، يوجد ارتباط إيجابي بين أجندة التليفزيون المصري اتجاه قضايا الطفولة، زيادة قدرة التليفزيون (البرامج الحوارية- إعلانات التوعية) في وضع أجندة الفئات الأكثر تعليما مقارنة بالفئات الأقل بالنسبة لقضايا الطفولة وأجندة الرأي العام المصري اتجاه قضايا الطفولة، زيادة قدرة التليفزيون المصري (البرامج الحوارية- إعلانات التوعية) في وضع أجندة الريف مقارنة بأجندة الحضر بالنسبة لقضايا الطفولة.

9-دراسة فاطمة يوسف القليني 2007 "القيم كما تعكسها الصحافة المحلية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه آليات التوجه التكنولوجي ثم تحديات الاختراق الإعلامي والثقافي في التأثير على المنظومة القيمية، وتقديم قيم وثقافة جديدة، ومدى قدرتها على أن تلعب دوراً مركزاً في تشكيل الرأي العام والتوعية العلمية للجمهور، بالتطبيق على عينة من الصحف تتمثل في صحيفة الأهرام بصفحة المحليات خلال الفترة من يناير 1999 إلى ديسمبر 2000، في إطار منهج المسح، باستخدام أسلوب تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن العولمة شكلت نسق القيم الكونية حيث التأكيد على قيم التملك التي تعتبر القاعدة التي توجه سلوك البشر في المجتمعات الفردية الرأسمالية، وقيم الاندماج والخصوصية وتوطين التكنولوجيا والاحتكارات والكفالة، فقد برزت جميعها من خلال التشريعات التي يعدها الكونجرس بشأن فرض وصايته على دول العالم في أدق شئونها وبخاصة المتعلقة بالعلاقات بين أتباع الأديان المختلفة، وأيضا استخدام سلاح العقوبات الاقتصادية، وبرزت من خلال القيم السياسية كل من قيم التكيف والهيمنة وهذا بسبب الهيمنة الأمريكية على الأمم المتحدة ومجلس الأمن وإصدار قرارات باسم الشرعية الدولية، بالإضافة إلي قيم السيادة، وظهرت من خلال القيم الاقتصادية كل من قيم الربح والاستهلاك وقيم الإنتاج، بالإضافة إلى قيم الكفاءة والمنافسة والاعتمادية والفاعلية والشفافية والمواجهة، والقيم الاجتماعية تمثلت في القيم الفردية والمصلحة الشخصية والإنجاز الشخصي، وهذه القيم تعتبر من أوضح التأثيرات الاجتماعية لثقافة العولمة، وظهور قيم عمل مستحدثة داخل المجتمع المصري تمثلت في قيم عمل مؤسساتية تعبر عن دقة الأداء وإرضاء العميل والجودة والتسويق واستحداث دافعية المستخدمين، أما قيم العمل الشخصية فتمثلت في التأكيد على القيم المادية (الأجر) والمسؤولية والأمن والراحة والتنمية الذاتية.

10-دراسة محمد عبد المنعم 2007 "مستقبل تحولات أنساق القيم الاجتماعية في ظل العولمة: دراسة لبعض الجماعات البازغة من الطبقة الوسطى المصرية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على ماهية أنساق قيم بعض من "الجماعات البازغة من الطبقة الوسطى المصرية" التي تتمثل في شرائح الطبقة المعولمة متعددة الجنسيات المنتمية تحديداً إلى المواقع الطبقية الوسطى المصرية، تلك المواقع التي تمثل مفصل البنية الطبقية

ككل، وملتقى تفاعلاتها، وإحدى أهم ساحات الصراع داخلها، بالإضافة إلى التعــرف علـــى الدور الذي تقوم به هذه العملية فيما يتعلق بأنساق القيم الاجتماعية في المجتمـــع المـــصري، وبالتأسيس على وجود شرائح طبقية متعدية الجنسية، خلقتها العولمة الرأسمالية على مستويات مختلفة سواء اقتصادية وسياسية وأيديولوجية، في إطار الأسلوب الوصفي التفسيري (مـــنهج المسح)، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 90 مفردة بواقع 10 مفردة لكل مهنة من الفئـــات المهنية الثلاث ويتمثلون في المبرمجين في مؤسسات برمجة كبرى ذات أنشطة دولية، الكوادر الوسطى في الإدارة والمبيعات في شركات كبـــرى متعـــددة الجنـــسيات، مـــديروا البـــرامج والمشروعات في المنظمات غير الحكومية العاملة في أنشطة حديثة كحقوق الإنسان والمـــرأة والطفولة والتنمية البيئية التي تعتمد بشكل رئيسي على تمويل المؤسسات التمويلية الأجنبيـــة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشرائح الطبقية الوسطى التي بزغت في مجتمعنا المـــصري فـــي ارتباط بعملية العولمة وتفاعلاتها المختلفة، والتي تعمل في مجالات متعددة، اقتصادية وخدمية ومعلوماتية ومدنية....إلخ، ترتبط بالمؤسسات والمنظمات العالمية من خلال شبكات مـــصالح وقيم ومعايير العمل يتم الالتزام بها بمقادير مختلفة، رغم ما يتمتع به "المستوى الاقتـــصادي" للعولمة من قوة نسبية، فإنه يتحكم به المستويان الاجتماعي والثقافي فإنهما يمكن أن يـــساهما في إعادة تشكيله وفقا لهما، وذلك يجعل أنساق القيم في المجتمعات المحليـــة المتفاعلـــة مـــع العولمة تتسم بالتناقض، وهذا ظهر بوضوح لدى المبحوثين فتنوعت القيم لديهم بين التقليديـــة والحداثة.

11-دراسة رينك وشنهان و هارديB.reineke, Shanahan, W.Hardy "برنـــامج أوبرا والسياسة والبرامج الحوارية النهارية" 2007:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على تأثير البـــرامج الحواريـــة النهاريـــة، باســـتخدام الاستبيان عن طريق المسح التليفزيوني الوطني الأمريكي والمقابلات، بالتطبيق علـــى عينـــة عشوائية قوامها 596 مفردة من الكبار، تم اختيارهم مـــن 48 ولايـــة أمريكيـــة وواشـــنطن ومقاطعة كولمبيا (D.C)، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة إيجابية بين التعرض للبرامج الحوارية النهارية ومساندة مشاركة الحكومة في القضايا الاجتماعية، ومن خلال ذلك يتـــضح أن البرامج الحوارية النهارية يمكن أن تقوم بدور هام في تشكيل الرأي العام.

12-دراسة جون وبيسلي John C.besley 2008 "استخدام وسائل الإعلام والقيم الإنسانية"":

تكشف هذه الدراسة عن العلاقات بين قيم الأفراد والتعرض لوسائل الإعلام من (صحف- تليفزيون- راديو- انترنت) بهدف متابعة الأخبار والتسلية، باستخدام أداة المقابلة الشخصية، في إطار منهج المسح، بالتطبيق على نحو 12 دولة أوربية وتشمل "النمسا- بلجيكا- سويسرا- ألمانيا- الدنمارك- لوكسمبورج- المملكة المتحدى- فنلندا- ايرلندا- هولند- النرويج- السويد).

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيون من أجل التسلية، وتوجهات القيم لدى الأفراد محور البحث.

13-دراسة حنان حامد حنفي محمد 2008"تأثير أغاني التليفزيون المصورة على النسق القيمى لدى الشباب المصري":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الخصائص والسمات الشكلية للأغاني التليفزيونية المصورة التي تعرض على القنوات العربية،وتحليل أهم القيم والاتجاهات السلوكية المتضمنة في الأغاني التليفزيونية المصورة التي يتم عرضها في القنوات العربية ، وقياس حجم تعرض جمهور الشباب المصري للأغاني المصورة وأنماط وعادات تعرضه لهذه القنوات، وطبيعة النسق القيمى لدى الشباب المصري، واختبار العلاقة الإرتباطية بين حجم التعرض للأغاني المصورة وطبيعة النسق القيمي لدى الشباب المصري، بالتطبيق على عينة عنقودية من الشباب المصري قوامها416مفردة في ثلاث محافظات (القاهرة – الجيزة – القليوبية) وقنوات (مليودى – النيل للمنوعات) باستخدام منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن68,7% من الأغاني التي تم عرضها بالقناتين خلال فترة إجراء الدراسة التحليلية للأغاني العربية ، مقابل31,3% للأغاني التي تم بثها باللغة الإنجليزية, وقد تفوقت قناة النيل للمنوعات في تقديم الأغاني العربية بنسبة 68,3%، كما تفوقت القناة في تقديم الأغاني الأجنبية بنسبة 90,1% من إجمالي الأغاني الأجنبية ، وتبين أن الأفكار والسلوكيات السلبية التي تعكسها أغاني الفيديو كليب تفوقت على القيم الإيجابية بنسبة34,9% للأولى و41,1% للثانية من

إجمالي القيم التي تعكسها أغاني الفيديو كليب ، وأظهرت أيضا نتائج التحليل الإحصائي ارتفاع نسبة التعرض للأغاني الفيديو كليب حيث اتضح أن 94,5%من المبحوثين عينة الدراسة الميدانية يشاهدون أغاني الفيديو كليب مقابل 5,5% لا يشاهدون تلك الأغاني، وأكد 88,5% من المبحوثين أن أغاني الفيديو كليب تقوم بدور ما في التأثير على قيم الشباب مقابل11,5% قرروا بأن تلك الأغاني ليس لها تأثير على قيم الشباب، وكانت أهم الموضوعات التي تتناولها الأغاني المصورة من وجهة نظر المبحوثين تقليد الغرب بصورة سلبية بنسبة 19,8% ثم الحب بنسبة15,8% والعرى بنسبة14,2% والخيانة بنسبة10,7%، ثم الجنس بنسبة 9,9% والخلاعة بنسبة 8% والموضة والعصرية بنسبة5,3%.

14-دراسة ريهام سامي حسين يوسف 2008 "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على أجندة القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية في القنوات المصرية والحكومية والخاصة، ومقارنتها بأجندة القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري لمعرفة قدرة هذه البرامج على ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 420 مفردة من مشاهدي البرامج الحواري الحكومي (البيت بيتك) بواقع 39 حلقة و40 حلقة من برنامج العاشرة مساءً، في إطار منهج المسح، باستخدام أدوات صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء الميداني، وتوصلت الدراسة إلى زيادة نسبة الفقرات التي تتضمن قضايا مجتمعية في البرنامج الحواري الخاص عينة الدراسة مقارنة بالبرنامج الحواري الحكومي، زيادة اهتمام البرنامج الحواري الحكومي بالمشكلات والقضايا الاجتماعية والإعلامية، بينما البرنامج الحواري الخاص اهتم أكثر بالقضايا السياسية والقانونية والاقتصادية، وهذا يدل على وجود بعض الخطوط الحمراء التي ما زالت موجودة في القنوات الحكومية والتي لا يسمح بتجاوزها، بينما وجود حرية لدى القنوات الخاصة والتي تؤدي إلى جذب انتباه الجماهير وتحقق مزيد من الإثارة، يشاهد 89,5% من الجمهور عينة الدراسة للقنوات المصرية الحكومية وتتمثل في (القناة الثانية، القناة الأولى، الفضائية المصرية)، بينما يشاهد 95,2% من الجمهور عينة الدراسة للقنوات المصرية الخاصة وتتمثل في (دريم2، المحور، دريم1، قناة ميلودي)، واحتلت نسبة مشاهدة برنامج (البيت بيتك) بنسبة 97%، بينما يشاهد (برنامج العاشرة مساءاً) بنسبة 96,7% من عينة الدراسة، نجحت البرامج الحوارية في ترتيب أولويات القضايا (التعليمية- الدينية-

المرافق والخدمات)، بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية، تفوق البرنامج الحكومي على نظيره الخاص في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية والصحية، بينما تفوق البرنامج الحواري الخاص في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية، يوجد ارتباط إيجابي بين أجندة البرنامج الحواري الحكومي وأجندة البرنامج الحواري الخاص بالنسبة للقضايا التعليمية والقانونية وقضايا المرافق والخدمات، بينما لم يكن هناك ارتباط بينهما بالنسبة للقضايا الدينية والإعلامية.

15-دراسة ياسر أبو المكارم2009"القيم الاجتماعية كما تعكسها عناوين الصحف المصرية الخاصة وعلاقتها بالنسق القيمي لدى الشباب الجامعي":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على القيم الاجتماعية التي تعكسها عناوين الصحف المصرية الخاصة ومدى تأثر النسق القيمى للشباب الجامعي بهذه القيم، مستعينة بالأدوات المنهجية المتمثلة في(التحليل السيميولوجى)-(الاستبيان)-(مجموعات النقاش)، في إطار منهج المسح ، بالتطبيق على عينة من الصحف وشملت صحيفتين يوميتين (الدستور-المصري اليوم)، أما العينة الميدانية فتمثلت في 100مفردة من طلاب جامعة المنيا،عينة مجموعات النقاش تضمنت ثلاثة وثلاثين طالباً وطالبة من طلاب جامعة المنيا،وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد تناقض بين القيم الاجتماعية التي يتبناها طلاب جامعة المنيا (وهى قيم اجتماعية إيجابية، وبين تغلغل قيم مدخل ما بعد الحداثة، حيث سجل طلاب جامعة المنيا إدراكا متوسطا لهذه القيم مما يعنى أن عينة الطلاب الخاصة بالبحث يعيشون حالة ما بعد الحداثة).

16-دراسة محمد عبد البديع السيد 2009 "أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على تأثير مضمون القنوات التليفزيونية الوافدة في القيم الأسرة المصرية، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 450مفردة من مشاهدي القنوات التليفزيونية الوافدة في مدينتي القاهرة ودمياط، في إطار منهج المسح والمنهج التاريخي والمنهج المقارن، باستخدام أداة صحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة مشاهدي القنوات التليفزيونية الوافدة إلى 94.3% وإقبال الذكور عن الإناث في مشاهدة هذه القنوات، الانفتاح على العالم الخارجي والاستمتاع بإعلام حقيقي بدون رقابة يعد من أهم

أسباب إقبال عينة الدراسة على مشاهدة القنوات الوافدة، يومي الخميس والجمعة تعد من أهم الأيام التي يفضل بها المبحوثين مشاهدة هذه القنوات، وبالنسبة إلى تأثيرات القنوات الوافدة على القيم الاجتماعية تتمثل في وجود علاقة ارتباط قوية سلبية فيما بين متابعة القنوات التليفزيونية الوافدة والتغيرات التي طرأت على قيم الأسرة، أثرت القنوات الوافدة السلبية في العلاقات الأسرية في حي السيدة زينب ومدينة دمياط ولا تأثير لها في الزمالك، وأهم التأثيرات السلبية للقنوات الوافدة على الشباب تتمثل في ضعف الانتماء للأسرة والتمرد على تقاليدها وقيمها والرغبة في التحرر من جميع القيود الاجتماعية والتمرد على الواقع والشعور بالاغتراب في الوطن والرغبة في الهجرة إلى الخارج واكتساب سلوكيات غربية تتنافي مع قيمنا وتقاليدنا، وتتمثل أهم التأثيرات الإيجابية للقنوات التليفزيونية الوافدة على الشباب في إحاطتهم علما بقضايا عصرهم وبالأحداث العالمية الهامة، وزيادة معلوماتهم السياسية والاقتصادية والعلمية وتنمية روح الكفاح والاعتماد على النفس والانفتاح على ثقافات الآخرين وتنمية لغاتهم الأجنبية، وعن تأثير القنوات التليفزيونية في القيم السياسية فتمثل في زيادة حب الوطن والاهتمام به، وزيادة الوعي السياسي لدى مشاهدتها، وأيضا تؤثر في القيم الدينية فإنها تصور لمشاهدتها، وأيضا تؤثر في القيم الدينية فإنها تصور لمشاهدتها أن الإسلام دين عنف وإرهاب ورمز للتخلف والرجعية والغضب، وعن تأثير القنوات التليفزيونية الوافدة في القيم المعرفية فإنها تؤدي إلى زيادة المعلومات عن قضايا العصر، وتعلى تماما من قيمة العلم في نفوس مشاهديها وذلك طبقا للدراسة الميدانية.

17-دراسة ممدوح عبد الله محمد عبداللطيف2009"الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على ملامح الصورة الإعلامية للحكومة المصرية التي تقدمها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية عينة الدراسة ،الوقوف على ملامح الصورة الذهنية التي تكونت لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة عن الحكومة المصرية من خلال التعرض للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية عينة الدراسة، والكشف عن العلاقة بين رؤية البرامج الحوارية للحكومة المصرية وبين رؤية عينة من الشباب الجامعات المصرية للحكومة، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها(400)

ومبحوثا(200ذكورا،200إناث) من الجامعات المصرية المختلفة والتي تتمثل في (جامعة القاهرة، جامعة الزقازيق،جامعة السادس من أكتوبر، جامعة الأزهر) وحلقات البرامج الحوارية التي تشمل (برنامج العاشرة مساءاً، برنامج90 دقيقة) التي تقدمها القنوات الفضائية عينة الدراسة، في إطار منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، باستخدام أداتي صحيفة تحليل المضمون للبرامج الحوارية وصحيفة استبيان شباب الجامعات ، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية بصورة الحكومة المصرية، فإن نسبة وجود قضايا تتعلق بالحكومة المصرية في حلقات البرنامجين عينة الدراسة 60%، في حين أن باقي القضايا قضايا (فنية أو رياضية أو خلافية أو تهتم ببعض القضايا الخارجية) وجاءت بنسبة 40%،وأظهر التحليل لطبيعة الصورة التي تقدمها البرامج عينة التحليل عن الحكومة صورة سلبية، تمثل مضمون القضايا التي تتعلق بأداء الحكومة والتي عكست صورة سلبية لها في اهتمام البرنامجين بالقضايا الاجتماعية التي تتعلق بأداء الحكومة المصرية في الترتيب الأول بنسبة28,40%،33,68% على التوالي العاشرة مساءاً و90دقيقة، وهذا يعكس اهتمام البرنامجين بجوانب الحياة الاجتماعية في مصر والتي تهم كل قطاعات الجمهور، وجاء ترتيب باقي القضايا في برنامج "العاشرة مساءا" كالتالي احتلت القضايا السياسية الترتيب الثاني بنسبة 13,36 وفي الترتيب الرابع كانت القضايا الصحية بنسبة 12,5%، تلتها القضايا الاقتصادية في الترتيب الخامس بنسبة11,36%،وبالنسبة لبرنامج" 90دقيقة" جاءت في الترتيب الثاني القضايا القانونية بنسبة 15,18%،وفي الترتيب الثالث كانت القضايا السياسية بنسبة13,68%، وفي الترتيب الرابع كانت القضايا الاقتصادية بنسبة 9,47%، واحتلت القضايا الصحية الترتيب الخامس بنسبة7,36% بالإضافة إلى أن البرامج الحوارية تتمتع بنسبة مشاهدة "منتظمة، غير منتظمة" عالية لدى المبحوثين، فجاءت نسبة 35,1% من المبحوثين (الشباب الجامعي) يشاهدون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية دائما أي بصفة غير منتظمة، في حين أن نسبة4,7% لم يشاهدوها من المبحوثين.

18-دراسة زكريا إبراهيم الدسوقي 2009 "قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على تناول البرامج الحوارية قضايا الفساد في المجتمع المصري وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا، بالتطبيق على عينة من البرامج الحوارية لبرنامجي (العاشرة مساءاً و90 دقيقة) لعدد (28 حلقة) في قناتي (دريم2 والمحور) وذلك لمدة ثلاثة شهور تبدأ من (2008/4/1) وحتى (2008/6/30) وعينة قوامها 400 مفردة من المراهقين في المرحلة العمرية من (18- 21 سنة)، باستخدام أداتي صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية في القنوات الفضائية تعالج

مختلف الموضوعات والقضايا، حيث جاءت القضايا الاجتماعية في مقدمة القضايا التي تعالجها هذه البرامج بنسبة 31,46%، وفي الترتيب الثالث جاءت القضايا الصحية بنسبة 10,11%، وأيضا أوضحت النتائج مدى اهتمام وحرص القائمين على البرامج الحوارية بتقديم القضايا المختلفة للجمهور بما فيهم المراهقين، ومن هذه القضايا المتنوعة "قضايا الفساد في المجتمع" كما جاء في تحليل برنامجي العاشرة مساءاً و90 دقيقة، بالإضافة إلى أنه جاءت المعالجة الإعلامية للقضايا في البرامج الحوارية لتركز على عرض الموضوع فقط دون تقديم الحلول، ففي برنامج العاشرة مساءاً تم عرض الموضوع فقط بنسبة (95,4%)، وتم وضع الحلول لبعض القضايا بنسبة (4,6%)، وبالنسبة لبرنامج 90 دقيقة تم عرض الموضوع فقط بنسبة (94,7%)، في حين أنه تم وضع الحلول لبعض القضايا بنسبة 5,33%، ومن جانب آخر فجاءت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الحوارية (94,25%)، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية (5,75%) واحتل برنامج العاشرة مساءاً الترتيب الأول بنسبة (50,7%) من بين البرامج الحوارية التي يتابعها المبحوثين، ثم برنامج 90 دقيقة بنسبة (48,8%) في الترتيب الثاني، وبرنامج البيت بيتك بنسبة (43,8%) في الترتيب الثالث، وجاءت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون القضايا السياسية (28,9%) في البرامج الحوارية، ونسبة (25,2%) منهم يشاهدون قضايا الفساد والإهمال في البرامج الحوارية، ونسبة (11,9%) منهم يشاهدون القضايا الاجتماعية في البرامج الحوارية، وكانت أكثر المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على معلومات حول قضايا الفساد في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية بمتوسط (1,74) ثم نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية بمتوسط (1,49).

19-دراسة محمد ربيع محمد 2010 "الرسائل القصيرة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها ببعض القيم لدى عينة من المراهقين المصريين":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على ما تتضمنه الرسائل القصيرة المعروضة على القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من بعض القيم، ومدى عرض القيم الإيجابية في مقابل عرض السلوكيات السلبية التي تعكسها هذه الرسائل القصيرة، ومعرفة تأثير هذه الرسائل القصيرة على بعض القيم لدى عينة من المراهقين، بالتطبيق على عينة عمدية من القنوات الفضائية الغنائية (مزيكا، ميلودي، روتانا كليب، روتانا موسيقى، مكس (Mix)، ميجا (Mega)، الرحمة، أغانينا، OTV)، وعينة عمدية من المراهقين قوامها 300 مفردة، في المرحلة العمرية من (18- 21) سنة، باستخدام أداتي استمارة تحليل المضمون، استمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن القيم السلبية تحتل القيم السلبية المرتبة الأولى بنسبة 93,2% من إجمالي القيم الواردة برسائل (sms)، في حين جاءت القيم الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة 6,7% من الإجمالي، وأخيرا جاءت القيم غير الواضح إيجابيتاها أو سلبياتها في المركز الأخير بنسبة 0,1%، ويتضح أن نسبة 45,3% من أفراد العينة يتأثرون سلبياً بالرسائل القصيرة (sms) وأن نسبة 7,7% منهم يتأثرون إيجابياً، وأن نسبة 42,7% منهم يتأثرون بها سلبياً وإيجابياً معاً، وأن نسبة 4,3% منهم لا يتأثرون بالرسائل

20- دراسة أحمد عاطف طه وتامر على أحمد 2010 "معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لمشكلة الهجرة غير الشرعية":

تستهدف هذه الدراسة التعرف على كيفية معالجة البرامج الحوارية التي يتم بثها على عدد من القنوات الأرضية والفضائية الحكومية والخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية، بالتطبيق على عينة من البرامج الحوارية تتضمن ثلاثة برامج هي (القاهرة اليوم بقناة الأوربيت "الفضائية المشفرة"، الحياة اليوم بقناة الحياة "الفضائية الخاصة"، البيت بيتك بالقناة الثانية "الأرضية"، حيث تم إجراء مسح لهذه البرامج خلال الفترة من 1 مارس 2009 وحتى 31 مارس 2010، وتحليل ما ورد بحلقات هذه البرامج بشأن ظاهرة الهجرة غير الشرعية، باستخدام أداة استمارة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن برنامج "الحياة اليوم" هو أعلى البرامج تناولاً لقضية الهجرة غير الشرعية بين البرامج الحوارية الثلاثة محل الدراسة،

بما يمثل 40% من إجمالي تناول القضية خلال فترة الدراسة يليه في الترتيب برنامج "القاهرة اليوم" بنسبة 33% من مجمل التناول، ثم برنامج "البيت بيتك" بنسبة 27%، استحوذت الفقرات الحوارية على النصيب الأكبر من أشكال الفقرات التي تناولت قضية الهجرة غير الشرعية في البرامج الحوارية محل الدراسة بنسبة 71%، وجاءت الفقرات الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة 29%، انقسم أسلوب معالجة قضية الهجرة غير الشرعية في البرامج الحوارية ما بين المعالجة التفسيرية بنسبة 60% التي غالبا ما تكون من خلال الفقرات الحوارية، والمعالجة المجردة بنسبة 40% التي تكون من خلال الفقرات الإخبارية التي يمكن خلالها أن يقتصر مقدمو البرامج على ذكر الخبر دون التعقيب عليه، كشفت نتائج التحليل أن أعلى القيم السلبية وضوحاً في المعالجات الإعلامية لقضية الهجرة غير الشرعية هي القيمة التي تؤكد على "سوء إدارة الموارد البشرية في مصر" وذلك بنسبة 60% وذلك نظراً لعدم استقلال قدرات الشباب المصري وتوفير فرص عمل لهم في مصر، أجمع مقدمو وضيوف البرامج على أن انتشار البطالة هو السبب الرئيسي الذي يدفع الشباب إلى الهجرة غير الشرعية بحثاً عن فرصة عمل أفضل خارج مصر.

- **التعليق على الدراسات السابقة:**

لاحظ الباحث تنوع الجمهور الذي تناول الدراسات العربية والأجنبية ما بين "مراهقين وشباب وتجدر الإشارة إلى أن تنوع جمهور العينة في الدراسات (العربية والأجنبية) والتي تناولت برامج القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية يُثري البحث العلمي كثيراً في مجال دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام، ويفيد كثيراً على وجه الخصوص في مجال دراسة البرامج الحوارية حيث أنها تستهدف مختلف فئات الجمهور من شباب ومراهقين وجمهور عام ، وذلك يفيد في التعرف على علاقة مختلف فئات الجمهور بالبرامج الحوارية وتأثيرها على قيمهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية غيرها.

كما تمثلت الاستفادة من اطلاع الباحث على الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية وأهميتها واختيار الأدوات والمناهج التي تناسب الدراسة الحالية، بالإضافة إلى رصد ندرة الدراسات السابقة العربية التي لم تتطرق إلى دراسة القيم الاجتماعية التي تعكسها البرامج

الحوارية على الشباب الجامعي وذلك لأنه يمثل قطاعاً كبيراً من الجمهور، في مرحلة تــشكل القيم لديه ، واعتمدت الدراسة على الشباب الجامعي وذلك لمعرفة تأثير القيم الاجتماعية التي تحتوي عليها مضامين البرامج الحوارية على الشباب الجامعي ومدى قدرة هذه البرامج على تدعيم واكتساب وتغيير هذه القيم الاجتماعية لدى الشباب.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

منهجية الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على استخدام منهجين من مناهج البحث العلمي هما:

أ- المنهج الوصفي التحليلي: وقد استخدم هذا المنهج لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو القيم الاجتماعية في برنامج يسعد صباحك الذي يعرض على شاشة التلفزيون الأردني.

ب- منهج البحث الميداني: وتم استخدامه لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، والذي تحاول من خلاله الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستخلاص نتائجها من خلال الاعتماد على الاستبانة التي تم تطويرها لأغراض الدراسة وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية والمتمثلة في الجامعة الأردنية، وجامعة اليرموك، وجامعة مؤتة، وهذا التوزيع يمثل الأقاليم الثلاثة في المملكة الأردنية الهاشمية (الوسط، الشمال، الجنوب).

عينة الدراسة :

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة، فقد تمثلت عينة الدراسة من الطلبة الدارسين في الجامعات الأردنية، حيث تم توزيع (350) استبانة على عدد من الطلاب في الجامعات الأردنية (الجامعة الأردنية، جامعة مؤتة، جامعة اليرموك)، وبواقع (120) استبانة تقريباً لكل جامعة من الجامعات المذكورة، وبَعد استرجاع الاستبانات تم استبعاد (13) استبانة لعدم صلاحيتها لأغراض التحليل الإحصائي ، فتمثلت عينة الدراسة النهائية بـ (327)

استبانة، والتي تمثل (93%) من عينة الدراسة الرئيسة، والجدول (1) يوضح التوزيع الديمغرافي لعينة الدراسة:

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس		
الذكور	155	47.4
الإناث	172	52.6
المستوى الدراسي		
سنة أولى	61	18.7
سنة ثانية	55	16.8
سنة ثالثة	134	41.0
سنة رابعة	77	23.5
التخصص		
كليات إنسانية	91	27.8
كليات علمية	236	72.2
الدخل الشهري		
أقل من 300 دينار	33	10.1

300 – اقل من 400	53	16.2
400 – اقل من 500	58	17.7
500 فاكثر	183	56.0
مكان الاقامة		
مدينة	253	77.4
قرية	54	16.5
بادية	16	4.9
مخيم	4	1.2
عدد ساعات مشاهدة برامج التلفزيون الاردني		
اقل من ساعة	184	56.3
من ساعة إلى اقل من ساعتين	72	22.0
من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات	45	13.8
ثلاث ساعات فأكثر	26	8.0
المجموع	327	%100

أداة الدراسة "الاستبانة" :

تكونت أداة الدراسة من أسئلة الدراسة والمكونة من :

القسم الأول: المعلومات الديمغرافية: والتي تتمثل في:

الجنس، المستوى الدراسي، التخصص، الدخل الشهري، مكان الاقامة، ساعات مشاهدة برامج التلفزيون الأردني

القسم الثاني : مضامين برنامج "يسعد صباحك" (والتي تتمثل في): (28 مضمون) (ملحق1)

صدق أداة الدراسة :

لقد تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البتراء الأردنية) (ملحق رقم2)، للتحقق من مدى صدق فقراتها، وقد تم الأخذ بآرائهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات، وإجراء التعديلات المطلوبة، على نحو دقيق يحقق التوازن بين مضامين الاستبانة في فقراتها، وفضلاً عن ذلك، فقد جرى عرض الاستبانة على عينة اختبارية قوامها (60) طالب في الجامعات الأردنية، بغرض التعرف إلى درجة استجابة المبحوثين للاستبانة، وعبّروا عن رغبتهم في التفاعل مع فقراتها، مما يؤكد صدق الأداة.

ثبات أداة الدراسة :

ولحساب ثبات أداة الدراسة قام الباحث باستخدام طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا حيث كانت قيم كرونباخ ألفا لجميع متغيرات الدراسة وللاستبانة بشكل عام أعلى من (60%) وهي نسبة مقبولة في البحوث والدراسات، والجدول (2) يوضح ذلك

الجدول (2)

قيم معاملات الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

أداة الدراسة	الفقرات	قيمة معامل الثبات
المضامين	28-1	0.90
الأداة ككل	28-1	0.90

المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS)، ومن أجل التعرف على استجابات أفراد الدراسة تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك استخدم اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة، واختبار(ت للعينة المستقلة) (Independent Sample T-test) واختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للاجابة عن فرضيات الدراسة.

وقد تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات أداة الدراسة، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

موافق (2)، محايد (1)، غير موافق (0)

الفصل الرابع

عرض النتائج

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن مستوى مضامين القيم الاجتماعية في برنامج يسعد صباحك ، وفيما يلي عرض لهذه النتائج.

السؤال الأول: ما درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجا) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن السؤال الأول، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية والجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك) بالقيم الاجتماعية .

الرقم	الفقرة (الاهتمام)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
8	تراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني.	1.58	0.63	1
16	تناسب القيم الاجتماعية.	571.	0.54	2
28	تعمل على إبراز القيم الجمالية في المواقع السياحية في الأردن	561.	0.62	3

9	تعالج قصص النجاح التي يحققها بعض الأردنيين بأسلوب إنساني محفز.	1.52	0.62	4
18	تعمل على تفعيل دور المرأة في المجتمع الأردني.	1.52	0.63	5
15	تناسب القيم الأخلاقية.	1.51	0.67	6
21	تعمل على تشجيع الأعمال الخيرية في المجتمع الأردني.	1.50	0.60	7
19	تشجع على العمل بتنمية الوعي بأهمية العمل التطوعي لدى الشباب.	1.48	0.63	8
25	تعزز انتشار واحترام حقوق الإنسان.	1.48	0.66	9
12	تناسب القيم الروحية والإنسانية.	1.45	0.57	10
1	متعددة.	1.43	0.58	11
24	تعمل على غرس مبدأ الحوار مع الآخرين.	1.41	0.70	12
26	تعمل على تنمية الطاقات الإبداعية عند الشباب.	1.40	0.64	13
7	تواكب الأحداث الجارية في المجتمع الأردني.	1.38	0.59	14
22	تساعد على تنمية قيمة التسامح بين الأفراد.	1.38	0.66	15
17	تناسب المستوى المعرفي للفئات العمرية المختلفة في المجتمع الأردني بطريقة ايجابية.	1.37	0.68	16
2	متنوعة.	1.35	0.64	17
10	تناسب القيم الدينية.	1.35	0.72	18
11	تناسب القيم السياسية.	1.31	0.64	19
27	تعمل على تشجيع الأفراد في الاعتماد على أنفسهم.	1.30	0.66	20

23	تسعى إلى مكافحة التمييز بأشكاله المختلفة بين فئات المجتمع الأردني.	1.29	0.68	21
4	متقدمة عن مثيلاتها من البرامج الأخرى من حيث القيم الاجتماعية التي تعرضها.	1.16	0.67	22
3	تهتم بمتابعة هموم المواطن.	1.14	0.69	23
13	تناسب القيم المادية.	1.12	0.63	24
20	تعمل على تحقيق الإثراء الفكري لأفراد المجتمع المحلي.	1.09	0.70	25
14	تناسب القيم الاقتصادية.	1.07	0.61	26
5	ذات أسلوب جاذب في مخاطبة الشباب.	1.01	0.76	27
6	ذات طابع ترفيهي ممتع.	0.98	0.68	28
	المتوسط العام الحسابي	1.35	0.65	

يتضح من الجدول رقم (3) أن المتوسطات الحسابية لـــ (درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي "برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية)، تراوحت ما بين (1.58 و 0.98)، حيث حازت درجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية ككل على متوسط حسابي إجمالي (1.35)، حيث حازت الفقرة رقم (8) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (1.58)، وبانحراف معياري (0.63) ، حيث نصت الفقرة على (تراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (16) بمتوسط حسابي (1.57) وبانحراف معياري (0.54) ، حيث نصت الفقرة على أن (تناسب القيم الاجتماعية)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة رقم (28) بمتوسط حسابي (1.56) وبانحراف معياري (0.62)، والتي تنص على (تعمل على إبراز القيم الجمالية في المواقع السياحية في الأردن)، وفي المرتبة الرابعة من الاهتمامات الاجتماعية جاءت الفقرة رقم (9) بمتوسط حسابي (1.52) وانحراف معياري (0.62)، وقد نصت على (تعالج قصص النجاح التي يحققها بعض الأردنيين بأسلوب إنساني محفز)، وفي المرتبة الخامسة من الاهتمامات جاءت الفقرة رقم

(18) بمتوسط حسابي (1.51) وانحراف معياري (**0.63**) وقد نصت الفقرة على (تعمل على تفعيل دور المرأة في المجتمع الأردني).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (6) بأقل متوسط حسابي، وقد بلغ (0.98) وبانحراف معياري (0.68)، حيث نصت الفقرة على أن البرامج (ذات طابع ترفهي ممتع)، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي (1.07) وانحراف معياري (0.61)، وقد نصت الفقرة على أن البرامج (ذات إسلوب جاذب في مخاطبة الشباب)، وفي المرتبة القبل ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (14) بمتوسط حسابي بلغ (1.07) وانحراف معياري (0.61) والتي تمثل البرامج (تناسب القيم الاقتصادية).

السؤال الثاني : هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجا) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى للنوع الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال الثاني تم استخدام اختبار (Independent Sample T–test) للتعرف على أثر درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير الجنس والجدول (4) يوضح ذلك:

الجدول (4)

اختبار (Independent Sample T-test) للتعرف على أثر درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(ت) المحسوبة	قيمة (ف)	الدلالة الإحصائية
ذكر	1.34	0.389	-0.501	**19.219**	**0.000**
أنثى	1.36	0.280	-0.493		

*** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)**

نلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (4) للعينة المستقلة وجود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير الجنس، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (1.34) والمتوسط الحسابي للإناث (1.36). وبلغت الدلالة الإحصائية أقل من مستوى (0.05)، حيث كانت الفروقات لصالح الإناث، **وهذا يفسر أن للإناث تصور بأن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية أكثر من تصور الذكور لذلك.**

السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى للمستوى الدراسي؟

للإجابة عن السؤال الثالث تم استخدام اختبار التباين الأحادي للتعرف على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى للمستوى الدراسي، والجدول (5) يوضح ذلك

الجدول (5)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على

درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى للمستوى الدراسي

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF	الدلالة الإحصائية Sig.
المستوى الدراسي	بين المجموعات	5.788	3	1.929	20.065	0.000
	داخل المجموعات	31.061	323	0.0961		
	المجموع	36.849	326			

* دالة احصائياً عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (5) وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين وجهات النظر بالنسبة للمستوى الدراسي فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) فيما يتعلق بالقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (20.065) بدلالة إحصائية أقل من (0.05)، وللتعرف على أي فئة من فئات المستوى الدراسي كانت الفروقات لصالحها، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية (Scheffe Test)، والجدول (6) يوضح ذلك:

الجدول (6)

اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية

للتعرف على الفروقات في المستوى التعليمي لدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية

		الفرق بين المتوسطات Mean Difference (I–J)	Sig.
(I)المستوى	(J) المستوى		
سنة أولى	سنة ثانية	.2127	.004
	سنة ثالثة	.3217	.000
	سنة رابعة	.3760	.000
	سنة رابعة	.1634	.032
	سنة أولى	−.2127	.004
سنة ثالثة	سنة أولى	−.3217	.000
	سنة ثالثة	.1090	.188
	سنة ثانية	−.1090	.188

	سنة رابعة	0.054	.682
سنة رابعة	سنة أولى	-.3760	.000
	سنة ثانية	-.1634	.032
	سنة ثالثة	-0.054	.682

*** دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (6) وجود فروقات ما بين وجهات النظر للمستويات الدراسية جميعها فيما يتعلق بدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية، حيث تبين أن الفروقات بالدرجة الأولى جاءت لصالح فئة (السنة الرابعة)، ومن ثم جاءت لصالح فئة (السنة الثالثة)، ومن ثم (الثانية) وأخيراً كانت الفروقات لصالح فئة (السنة الأولى)، **وهذا يفسر أن السنوات الرابعة والثالثة، هم من الفئة الأكثر وعياً وتثقيفاً وملاحظة فيما يعلق بالبرامج وما تتضمنها، وكانت أكثر تقييماً لمحتويات (برنامج يسعد صباحك).**

السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى للتخصص؟

للإجابة عن السؤال الرابع تم استخدام اختبار (Independent Sample T-test) للتعرف على أثر درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير التخصص والجدول (7) يوضح ذلك:

الجدول (7)

اختبار (Independent Sample T-test) للتعرف على أثر درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير التخصص

التخصص	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(ت) المحسوبة	قيمة (ف)	الدلالة الاحصائية
كليات إنسانية	1.4945	0.2405	5.073	18.346	0.000
كليات علمية	1.2916	0.3509	5.964		

*** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)**

نلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (7) للعينة المستقلة وجود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً) بالقيم الاجتماعية يعزى لمتغير التخصص، حيث بلغ المتوسط الحسابي للكليات الانسانية (1.49) والمتوسط الحسابي للكليات العلمية (1.29). وبلغت الدلالة الإحصائية أقل من مستوى (0.05)، حيث كانت الفروقات لصالح الكليات الإنسانية، **وهذا يفسر أن للكليات الإنسانية تصور بأن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية أكثر من تصور الكليات العلمية لذلك، وذلك بحكم تنوع التخصصات الاجتماعية في هذه الكليات.**

السؤال الخامس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام بـرامج التلفزيـون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً)بالقيم الاجتماعية من وجهة نظـر الطلبـة تعزى للدخل الشهري.

للإجابة عن السؤال الخامس تم استخدام اختبار التباين الأحادي للتعرف على درجـة اهتمـام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى للدخل الشهري، والجدول (8) يوضح ذلك:

الجدول (8)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على

درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى للدخل الشهري

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF	الدلالة الاحصائية Sig.
الدخل الشهري	بين المجموعات	4.833	3	1.611	16.254	0.000
	داخل المجموعات	32.016	323	0.0991		
	المجموع	36.849	326			

*** دالة احصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (8) وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين وجهات النظر بالنسبة للـــدخل فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجـــاً) فيما يتعلق بالقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الاحصائي (F) (16.254) بدلالة احصائية أقل من (0.05)، وللتعرف على أي فئة من فئات الدخل الشهري كانت الفروقات لـــصالحها، تـــم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية (Scheffe Test)، والجدول (9) يوضح ذلك:

الجدول (9)

اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية

للتعرف على الفروقات في مستوى الدخل الشهري لدرجة اهتمام برنامج

يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية

		الفرق بين المتوسطات Mean Difference (I-J)	Sig.
(I)المستوى	(J)المستوى		
اقل من 300	300-اقل من 400	-.4151	.000
	400 – اقل من 500	-.2804	.001
	500 فأكثر	-.1383	.147
300-اقل من 400	اقل من 300	.4151	.000
	400-اقل من 500	.1346	.169
	500 فاكثر	.2768	.000
400- اقل من 500	اقل من 300	.2804	.001
	300- اقل من 400	-.1346	.169
	500 فأكثر	.1422	.031

500 فاكثر	اقل من 300	.1383	.147
	300- اقل من 400	-.2768	.000
	400- اقل من 500	-.1422	.031

*** دالة احصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (9) وجود فروقات ما بين وجهات النظر لمستوى الدخل الشهري جميعها فيما يتعلق بدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية، حيث تبين أن الفروقات بالدرجة الأولى جاءت لصالح فئة (300-اقل من 400)، ومن ثم جاءت لصالح فئة (400- اقل من 500)، ومن ثم (أقل من 300) وأخيراً كانت الفروقات لصالح فئة (أكثر من 500)، وهذا يفسر أن مستوى الدخل المتوسط والمتدني أكثر اهتماماً بالقيم الاجتماعية.

السؤال السادس: هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك انموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لمكان الاقامة.

للاجابة عن السؤال السادس تم استخدام اختبار التباين الأحادي للتعرف على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لمكان الاقامة، والجدول (10) يوضح ذلك:

الجدول(10)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على

درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى لمكان الاقامة

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF	الدلالة الاحصائية Sig.
مكان الاقامة	بين المجموعات	1.027	3	0.342	3.088	0.027
	داخل المجموعات	35.822	323	0.111		
	المجموع	36.849	326			

*** دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (10) وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين وجهات النظر بالنسبة لمكان الإقامة فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) فيما يتعلق بالقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (3.088) بدلالة إحصائية أقل من (0.05)، وللتعرف على أي فئة من فئات مكان الإقامة كانت الفروقات لصالحها، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية (Scheffe Test)، والجدول (11) يوضح ذلك:

الجدول (11)

اختبار شيفيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية

للتعرف على الفروقات في مكان الاقامة لدرجة اهتمام برنامج

يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية

(I)المستوى	(J)المستوى	الفرق بين المتوسطات Mean Difference (I–J)	Sig.
مدينة	قرية	−0.084	.418
	بادية	−0.014	.999
	مخيم	.4099	.115
قرية	مدينة	0.084	.418
	بادية	0.069	.909
	مخيم	.4940	.044
بادية	مدينة	0.014	.999
	قرية	−0.069	.909
	مخيم	.4241	.161
مخيم	مدينة	−.4099	.115
	قرية	−.4940	.044
	بادية	−.4241	.161

*** دالة احصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (11) وجود فروقات ما بين وجهات النظر لمكان الاقامة فيما يتعلق بدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية، حيث تبين أن الفروقات جاءت لصالح فئة (القرية والمخيم)، ولم يتضح أي فروقات لصالح المدينة والبادية وهذا يفسر أن القرية والمخيم هم أكثر تصوراً فيما يتعلق باهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية.

السؤال السابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لساعات مشاهدة برامج التلفزيون الأردني؟

للاجابة عن السؤال السابع تم استخدام اختبار التباين الأحادي للتعرف على درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لعدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني، والجدول (12) يوضح ذلك:

الجدول (12)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على

درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي (برنامج يسعد صباحك أنموذجاً) بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر الطلبة يعزى لعدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF	الدلالة الاحصائية Sig.
عدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني	بين المجموعات	6.209	3	2.070	21.818	0.000
	داخل المجموعات	30.640	323	0.094		
	المجموع	36.849	326			

*** دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (12) وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين وجهات النظر بالنسبة لعـــدد ساعات مشاهدة برنامج يسعد صباحك فيما يتعلق بدرجة اهتمام برامج التلفزيـــون الأردنـــي الرسمي (برنامج يسعد صباحك إنموذجاً) بالقيم الاجتماعية، حيث بلغت قيمة الإحــصائي (F) (21.818) بدلالة إحصائية أقل من (0.05)، وللتعرف على أي فئة من فئات عدد ســـاعات المشاهدة للتلفزيون الأردني كانت الفروقات لصالحها، تم استخدام اختبار شـــيفيه للمقارنـــات البعدية (Scheffe Test)، والجدول (13) يوضح ذلك:

الجدول (13)

اختبار شافيه (Scheffe Test) للمقارنات البعدية

للتعرف على الفروقات في عدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني لدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعية

		الفرق بين المتوسطات Mean Difference (I–J)	Sig.
(I)المستوى	(J)المستوى		
اقل من ساعة	ساعة – اقل من ساعتين	-.1024	.128
	ساعتين – اقل من ثلاثة	-.2537	.000
	ثلاث ساعات فاكثر	-.4573	.000
ساعة – اقل من ساعتين	اقل من ساعة	.1024	.128
	ساعتين – اقل من ثلاثة	-.1513	.085
	ثلاث ساعات فاكثر	-.3549	.000
ساعتين – اقل من ثلاثة	اقل من ساعة	.2537	.000
	ساعة – اقل من ثلاث ساعات	.1513	.085

	ثلاث ساعات فاكثر	-.2036	.068
ثلاث ساعات فاكثر	اقل من ساعة	.4573	.000
	ساعة – اقل من ساعتين	.3549	.000
	ساعتين – اقل من ثلاثة	.2036	.068

*** دالة احصائياً عند مستوى (0.05)**

يتضح من الجدول (13) وجود فروقات ما بين وجهات النظر لعدد ساعات مـــشاهدة برنامج التلفزيون الأردني فيما يتعلق بدرجة اهتمام برنامج يسعد صباحك بالقيم الاجتماعيـــة، حيث تبين أن الفروقات جاءت لصالح فئة (ساعتين – أقل من ثلاثة ساعات، و ثلاث ساعات فأكثر)، ومن ثم لصالح فئة أقل من ساعة ولم يتضح أي فروقات لصالح من ساعة إلى أقل من ساعتين وهذا يفسر أن الفئة التي تشاهد التلفاز بشكل أكبر تؤكد على أن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

النتائج:

1- أن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية التي تؤثر على الطلبة الجامعيين، وكان من أهم هذه القيم وأكثرها تأثيراً هي أن فقرات هذا البرنامج تراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني، ومن ثم القيم الأخرى المذكورة في الدراسة التي طُبقت على طلبة الجامعات الثلاثة (الأردنية، اليرموك، مؤتة).

2- أن هناك فرقاً بين الطلبة الذكور والإناث فيما يتعلق ببرنامج يسعد صباحك، حيث أن للإناث تصور واعتقاد بأن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع الأردني أكثر من تصور الذكور، وهذا دليل واضح بأن الإناث يتابعن هذا البرنامج أكثر من الذكور.

3- أن هناك فروقات بين المستويات الدراسية للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاثة (الأردنية، اليرموك، مؤتة)، حيث تبين أن الطلبة في مستوى السنة الرابعة أكثر وعياً من باقي الطلبة بالنسبة للقيم الاجتماعية المطروحة في برنامج يسعد صباحك، ثم يأتي طلبة السنة الثالثة ثم الثانية ثم الأولى، وهذا دليل واضح على أن الطلبة كلما زادوا سناً ازدادوا وعياً وإدراكاً، وهي علاقة طردية.

4- أن هناك تبايناً بين طلبة الكليات العلمية والكليات الإنسانية في الجامعات المذكورة، بالنسبة لموضوعات برنامج يسعد صباحك، حيث ظهر هذا التباين لصالح طلبة الكليات الإنسانية، وهذا دليل على تنوع التخصصات في هذه الكليات، وكذلك دليل على أن القيم الاجتماعية المطروحة في برنامج يسعد صباحك قد يتناولها الطلبة كمادة دراسية لكن بمسميات أخرى مثل (السياحة والآثار، المرأة ، العمل التطوعي، حقوق الإنسان، المواد الدينية والسياسية وغيرها من المواد المطروحة في الخطط الدراسية الطلابية).

5- أن هناك اختلاف بين الطلبة من ناحية مستوى الدخل الشهري أو المستوى المادي، حيث تبين أن الطلبة أصحاب الدخل الشهري الأقل هم الأكثر اهتماماً ببرنامج يسعد صباحك وهذا دليل واضح على أن الطلبة الفقراء والأقل دخلاً يملؤون وقت فراغهم في يوم الجمعة (اليوم الذي يعرض فيه برنامج يسعد صباحك) بمتابعة هذا البرنامج، بعكس الطلبة أصحاب الدخل العالي الذين يملؤون فراغهم يوم الجمعة في الأماكن الترفيهية وغيرها كالنوادي والرحلات إلخ.

6- أن هناك فروقات بين الطلبة من ناحية مكان الإقامة، حيث تبين أن الطلبة الذين يعيشون في القرية والمخيم هم أكثر اهتماماً ببرنامج يسعد صباحك وبما يعرض فيه من قيم، وهذا دليل على قلة الأماكن الترفيهية والشبابية في تلك المناطق بعكس الطلبة الذين يقطنون في المدينة، حيث أن هناك يتوفر لديهم كل ما يرغبون من أماكن لملء أوقات فراغهم مما يجعلهم لا يتابعون برنامج يسعد صباحك إلا بشكل قليل.

7- أن هناك نسبة مشاهدة جيدة للتلفزيون الأردني من قبل طلبة الجامعات الأردنية، وأن هذه النسبة تؤكد على أن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية التي تخص فئة الشباب، وهذا دليل على أن هذه القيم لها تأثير على الشباب الجامعي.

التوصيات:

1- ضرورة قيام الكوادر الإعلامية بالبرامج الحوارية في التلفزيون بعدم التركيز علي السلبيات في المجتمع فقط دون طرح الإيجابيات، وذلك لما تعكسه هذه القضايا السلبية في المجتمع من سلوكيات اجتماعية سلبية لها تأثير سلبي علي أفراد المجتمع

2- قيام المسؤولين على البرامج الحوارية في التلفزيون بتوسيع هامش الحريـــة بدرجـــة أكبر وذلك لجذب الجمهور إليها وتوسيع رقعة المشاركة.

3- ضرورة اهتمام البرامج الحوارية بغرس القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب، وعدم التركيز على القيم الاجتماعية المقدمة في إطار سلبي.

4- تحظى البرامج الحوارية بمتابعة جماهيرية كبيرة، الأمر الذي يؤكد ضرورة الاهتمام بها من قبل القائمين عليها من جميع الجوانب الفنية بدءاً بإنتاجها وإعدادها، ومروراً بأساليب تقديمها، وانتهاءاً بإخراجها.

5- أصبحت ثورة المعلومات والإعلام في عصر العولمة هي المسيطرة على صنع القرار وتوجيه السياسات وتشكيل الرأي العام، وأهم ما يميز ذلك هو تدفق المعلومات على الأمة العربية بشكل عام وعلى الأردن بشكل خاص من مصادر مختلفة، وذلك يدعو إلى القيام بإنتاج برامج تلفزيونية بشكل عام وحوارية بشكل خاص معاكسة قادرة على التصدي للهجمات الإعلامية الخارجية.

الملاحق:

الملحق رقم (1) الاستبانه:

أخي المستجيب:

تحية احترام وتقدير,,,

استبانه حول موضوع

القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك إنموذجاً

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو القيم الاجتماعية في برنامج يسعد صباحك الذي يعرض على شاشة التلفزيون الأردني: دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية، وجامعة اليرموك، وجامعة مؤتة، ولأهمية رأيكم حول موضوع هذه الدراسة، يرجى التكرم بتعبئة الاستبانه المخصصة لهذا الغرض، علماً بأنه سيتم التعامل مع هذه البيانات بسرية تامة ولأغراض البحث العلمي فقط.

وشكراً لتعاونكم

الباحث: علي عبد المعطي محمود الحلاحله

طالب في برنامج الماجستير في الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

1- الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

2- المستوى الدراسي:

- ☐ سنة أولى
- ☐ سنة ثانية
- ☐ سنة ثالثة
- ☐ سنة رابعة

3- التخصص:

- ☐ كليات إنسانية
- ☐ كليات علمية

4- الدخل الشهري للأسرة:

- ☐ أقل من 300 دينار
- ☐ 300 دينار – أقل من 400 دينار
- ☐ 400 دينار – أقل من 500 دينار
- ☐ 500 دينار فأكثر

5- مكان الإقامة:

- ☐ مدينة
- ☐ قرية
- ☐ بادية
- ☐ مخيم

6- كم عدد ساعات مشاهدتك لبرامج التلفزيون الأردني؟

- ☐ أقل من ساعة
- ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين
- ☐ من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
- ☐ ثلاث ساعات فأكثر

7- إقرأ العبارات الآتية وضع علامة (√) من فضلك ، في المربع الذي يدل على درجة موافقتك على كل منها:

تمتاز مضامين برنامج " يسعد صباحك " عن غيرها من المضامين الأخرى التي يقدمها التلفزيون الأردني بأنها :

العبـــــــــــــــــــــــــ	موافق	محايد	غير موافق
1- متعددة.			
2- متنوعة.			
3- تهتم بمتابعة هموم المواطن.			
4- متقدمة عن مثيلاتها من البرامج الأخرى من حيث القيم الاجتماعية التي تعرضها.			
5- ذات أسلوب جاذب في مخاطبة الشباب.			
6- ذات طابع ترفيهي ممتع.			
7- تواكب الأحداث الجارية في المجتمع الأردني.			
8- تراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني.			
9- تعالج قصص النجاح التي يحققها بعض الأردنيين بأسلوب إنساني محفز.			
10- تناسب القيم الدينية.			
11- تناسب القيم السياسية.			
12- تناسب القيم الروحية والإنسانية.			

13- تناسب القيم المادية.			
14- تناسب القيم الاقتصادية.			
15- تناسب القيم الأخلاقية.			
16- تناسب القيم الاجتماعية.			
17 – تناسب المستوى المعرفي للفئات العمرية المختلفة في			
18- تعمل على تفعيل دور المرأة في المجتمع الأردني.			
19- تشجع على العمل بتنمية الوعي بأهمية العمل التطوعي لدى			
20- تعمل على تحقيق الإثراء الفكري لأفراد المجتمع المحلي.			
21- تعمل على تشجيع الأعمال الخيرية في المجتمع الأردني.			
22- تساعد على تنمية قيمة التسامح بين الأفراد.			
23- تسعى إلى مكافحة التمييز بأشكاله المختلفة بين فئات			
24- تعمل على غرس مبدأ الحوار مع الآخرين.			
25- تعزز انتشار واحترام حقوق الإنسان.			
26- تعمل على تنمية الطاقات الإبداعية عند الشباب.			
27- تعمل على تشجيع الأفراد في الاعتماد على أنفسهم.			
28- تعمل على إبراز القيم الجمالية في المواقع السياحية في			

الملحق رقم (2) المحكمين:

أسماء المحكمين

الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
كامل خو رشيد	دكتور	صحافة وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
رائد البياتي	دكتور	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
تيسير أبو عرجة	استاذ دكتور	صحافة وإعلام	جامعة البترا

الملحق رقم (3) المقابلات الشخصية بتاريخ 2013/1/31:

الاسم	الوظيفة	مكان العمل
عطوفة: عارف الفايز	مدير التلفزيون	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
الدكتور:داود المناصير	مدير القناة الرياضية	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
الأستاذ: فراس عبنده	مخرج برنامج يسعد صبا.حك	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
الأستاذ: مأمون المساد	معد برنامج يسعد صباحك	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
الأستاذة: لانا القسوس	مقدمة برنامج يسعد صباحك	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
الأستاذ: حسن أبو عساف	مقدم ميداني لفقرات برنامج يسعد صباحك	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني

قائمة المراجع

أولا: الكتب العربية

1- إبراهيم عبد الله المسلمي، **الإعلام والمجتمع** ،القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2002.

2- السيد الشحات أحمد حسن، **الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية** ،القاهرة، دار الفكر العربي، 1987.

3- تركي نصار، **تاريخ الإعلام الأردني**، الأردن، إربد، عالم الكتاب الحديث، **2007.**

4- جيهان أحمد رشتي، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** ،القاهرة، دار الفكر العربي، 1975

5- حسن علي حسن، **سيكولوجية المجارة، الضغوط الاجتماعية تغير القيم** ،القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.

6- حسن عماد مكاوى، **نظريات الإعلام**،القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.

7- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ،القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة، 2009.

8- رضوان زيادة، أتول، كيفين جيه ، ترجمة هبه الباشا، **صراع القيم بين الغرب والإسلام**، الأردن، عمان، دار الفكر للتوزيع 2010

9- زكريا عبد العزيز محمد، **التليفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين** ،الإسكندرية،مركز الإسكندرية للكتاب.

10-سليمان صالح ، **ثورة الإتصال وحرية الإعلام**، مكتبة الفلاح،2007.

11- سليمان صالح، **الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع**، القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2009.

12-سليمان صالح، **أخلاقيات الإعلام**، مكتبة الفلاح، 2010.

13- صالح محمد أبو جادو، **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية** ،الأردن، عمان، دار المسيرة للطباعة والتوزيع، 1998.

14- طاهر محسن الغالبي/ صالح مهدي العامري،**المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع ط2، 2010

15- طريف يمني الخولي، **مشكلة العلوم الإنسانية: تقنيتها وإمكانية حلها**، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1990 .

16- عاطف عدلي العبد، **الإعلام والمجتمع** (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006.

17- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، **نشأة وسائل الإعلام وتطورها وآفاقها المستقبلية، الجزء الأول، الراديو والتليفزيون والقنوات الفضائية** القاهرة،دار الفكر العربي، 2006.

18- عبد الرزاق الدليمي، **المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال** ، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2011.

19- عصام سليمان الموسى، **المدخل في الاتصال الجماهيري**،الأردن، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة السادسة، 2009.

20- علي عجوة، **الإعلام وقضايا التنمية** ،القاهرة: عالم الكتب، 2004.

21- عماد عبد الغني، **سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكاليات.. من الحداثة والعولمة** ،بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006.

22- غريب سيد أحمد وعلي عبد الرازق جبلي ومحمد أحمد بيومي، **دراسات في: المجتمع والثقافة والشخصية** ،الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1996.

23- فاطمة يوسف القليني، **القيم كما تعكسها الصحافة المحلية**،القاهرة،مكتبة الأنجلوالمصرية، 2007.

24- محمد إبراهيم منصور وسماء سليمان، **أجنحة الرؤية نحو نسق إيجابي للقيم الاجتماعية يحلق بالمصريين إلى أفق الرؤية المستقبلية لمصر 2030**،القاهرة، مركز الدراسات المستقبلية، 2009.

25- محمد شفيق، **الإنسان والمجتمع، مقدمة فى السلوك الإنسانى ومهارات القيادة والتعامل** ،الأسكندرية، المكتب الجامعى الحديث، 1997.

26- محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع** ،الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006.

27- محمد عبد البديع السيد، **أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية** ،القاهرة، دار العربى للنشر والتوزيع، 2009.

28- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**،القاهرة، عالم الكتب، 1997.

29- محمد محمد الزلباني، **القيم الاجتماعية، مدخلا للدراسات الأنثروبولوجيا والاجتماعية** ،القاهرة، مطبعة الاستقلال الكبرى،1972.

30-محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، الطبعة الأولى 2004.

31- محمد نوفل الغلاييني، **وسائل الإعلام و آثارها في وحدة الأمة**،السعودية،دار المنارة، الطبعة الأولى1985 .

32- محمود سلمان العميان، **السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال**، دار وائل للنشر الاردن عمان، 2010.

33- منى كشيك, **القيم الغائبة في الإعلام**،القاهرة، دار فرحة للنشر والتوزيع،2003.

ثانيا: الرسائل الجامعية والابحاث والدراسات

34- أحمد عاطف طه وتامر على أحمد، **معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لمشكلة الهجرة غير الشرعية، الإعلام والفقر والمهمشين: الواقع والتحديات**، المؤتمر العلمي الدوالي السادس عشر، يوليو، 2010، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

35- أمانى عبد المقصود عبد الوهاب، **تنمية بعض القيم الإجتماعية لدى عينة من أطفال المدرسة الإبتدائية (دراسة تجريبية)**، مجلة دراسات الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2009.

36- أميرة محمد إبراهيم النمر, **أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمى للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية**، رسالة دكتوراة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام،2004.

37- آمال حسن الغزاوي، **معالجة القضايا الاجتماعية في التلفزيون – دراسة مقارنة على تلفزيوني مصر والسعودية**، رسالة دكتوراة، جامعة الزقازيق، 1993.

38- إيمان عز الدين محمد دوابه، **دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام**، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2005.

39- إيمان السيد جمعة، **دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية فجوة المعرفة**، رسالة ماجستير ، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2007.

40- جيلان محمود عبد الرازق شرف، **أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk Show) في القنوات الفضائية العربية**، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004.

41- حسن محمد علي خليل، **دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة**، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2004.

42- حنان حامد حنفي محمود، **تأثير أغاني التليفزيون المصورة على النسق القيمى لدى الشباب المصري** ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008.

43- ريهام سامي حسين يوسف، **دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري**، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008.

44- رباب الحسيني، **قيم الشباب: الاتجاهات في فرنسا خلال عشرين عاما**، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، م 42، العدد الثاني،القاهرة، 2005.

45- زكريا إبراهيم الدسوقي، **قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية،** مجلة البحوث الإعلامية، العدد الواحد والثلاثون، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، 2009.

46- سعاد محمد المصري، **البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات،** رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس،معهد الدراسات العليا للطفولة،2008.

47- عبد الفتاح عبد النبي، **دور الصحافة في تغيير القيم الإجتماعية،** رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة،كلية الإعلام ،1987.

48- عدنان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي، **علم الاجتماع التربوي الأنساق الاجتماعية التربوية،** ليبيا : جامعة سبها، 2001

49- طارق بن ناصر الشدوخي، **أساليب تقديم البرامج الحوارية** وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، رسالة ماجستير ، السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2008

50- محمد ربيع محمد، **الرسائل القصيرة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها ببعض القيم لدى عينة من المراهقين المصريين،** رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2010.

51- محمد عبد المنعم، **مستقبل تحولات أنساق القيم الاجتماعية في ظل العولمة، دراسة لبعض الجماعات البازغة من الطبقة الوسطى المصرية،** المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، م44، العدد الثاني، القاهرة، 2007

52- محمود فتوح محمد سعدات، **القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية،** رسالة دكتوراة ، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2001.

53- ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف، **الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات،** رسالة ماجستير، جامعة عين شمس،معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2009.

54- ياسر أبو المكارم عبد العزيز عبد الرحيم، **القيم الإجتماعية كما تعكسها عناوين الصحف المصرية الخاصة وعلاقتها بالنسق القيمى لدى الشباب الجامعي،الإعلام والإصلاح..الواقع والتحديات** ، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر(7-9)يوليو2009، الجزء الثانى ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

ثالثاً: المراجــع الأجنبيــة

55- Brown, Jonaton (2006) **Social psychology** Boston: Mc Graw Hill**.**

56- Dominick, Joseph (2009) **The dynamics of mass communication median the digital age**New York: The MC Graw. Hill companies.

57- Dominick, Joseph R. (2000) **the dynamics of mass communication media in the digital age** New York: the Graw.hill companies.

58- Ganem. Shttuc (1997) **The Talking Cure: TV talk shows and women** United States of American, acid free paper.

59- Gini Graham Scot (1996) **Can We Talk? The Power and Influence of Power and Influence of the Talk Shows** New York and London: Plenum Press.

60- Hafez Kai **(1990) Mass Media Politics , and Society in the Meddle East**, Hampton Press , New Jersey.

61- Hyng- Jin Woo, Joseph R.Dominick (2001) "**Day time television Talk shows and the cultivation Effect Among U.S and international students" Journal of Broad casting & electronic Media.**

62- Jack M. Mclead (2000) **"media and civic socialization of youth" Journal of adolescent health.**

63- Johnc. Besley (2008) **"Media use and human values" Journalism & mass communication Quarterly**.

64- Johnivian (1998).

65- Kathleens. Lowney (1999) **Baring our souls, TV talk shows and the Religion of recovery** New York: Aldinede Gruyter.

66- Mc Quail, Denis (2005) **mass communication theory** London: Sage Publications, fifth edition.

67- Milton Rokeach (1975) **Atheory of Organization and Change** San Francisco. Washington. London: Josseybass Publishers, Fifth printing.

68- Nojin Kwak (2004) **Laughing All the Way: The relationship between Television entertainment Talk Show viewing and political engagement among young Adults**, PhD**,** The University of Michgin.

69- Rescher, Nicholas (1969) **Introduction to ValueTheory**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

70- Robbin, Stephen (2001) **Organizational behavior** New Jersey: Prentic ehall Upper Saddle river, 9th.

71- Soundra Hybels, Richardl.(1998) Weaver II, **communicating effectively** The United States of America, imcgraw – hill.

.

72- Timberg, Bernard M.(2002) **Television Talk: A history of the TV talk show** United States of American: university of Texas.

.

رابعاً: مواقــع الإنترنت

73- Arab Journal Network شبكة الصحفيين العرب 18/04/2011 04:45pm

74- Wikipedia.org

خامساً: المقابلات الشخصية

75- مقابلة عطوفة السيد عارف الفايز ، مدير التلفزيون،2013/1/31

76-مقابلة الدكتور داوود المناصير، مدير القناة الرياضية الأردنية، 2013/1/31

77-مقابلة الأستاذ فراس عبنده، مخرج برنامج يسعد صباحك، 2013/1/31

78-مقابلة الأستاذ مأمون المساد، معد برنامج يسعد صباحك، 2013/1/31

79-مقابلة الأستاذة لانا القسوس، مقدمة برنامج يسعد صباحك، 2013/1/31

80-مقابلة الأستاذ حسن أبو عساف، مقدم ميداني لفقرات برنامج يسعد صباحك،2013/1/31